

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	13
<b>1 Medienkonvergenz: Eine Exposition</b> .....	18
1.1 Medien und Konvergenz.....	18
1.2 Medienkonvergenz aus der Nutzungsperspektive.....	21
1.3 Medienkonvergenz – Crossmedia – Intermedialität.....	23
1.4 Zusammenfassung.....	26
<b>2 Music makes the world go round: Entwicklung und Charakterisierung von MTV &amp; VIVA</b> .....	28
2.1 Musikfernsehen in Deutschland: MTV & MTV2pop, VIVA & VIVApus und Onyx.....	29
2.1.1 MTV und der Ableger MTV2pop: Die Anfänge im Musikfernsehgeschäft.....	30
2.1.2 VIVA und sein Zweitkanal VIVApus: Die deutsche Konkurrenz.....	37
2.1.3 Onyx: Der Nischenkanal.....	47
2.2 Die Webpräsenzen zu MTV & MTV2pop und VIVA & VIVApus.....	48
2.2.1 MTV.de und MTV2pop.de: Ein gemeinsamer Auftritt.....	51
2.2.2 VIVA.tv und VIVApus.tv: Zwei Sender – zwei Websites.....	59
<b>3 Theoretische Konzepte: Performance – Performanz – Performativität</b> .....	68
3.1 Performativität und Subjekt bei Butler.....	70
3.1.1 Performing Feminism und Gender Trouble.....	72
3.1.2 Performativität und diskursive Materialität.....	77
3.1.3 Performativität als politische Strategie.....	83
3.1.4 Das Paradox der Unterwerfung des Subjekts.....	89
3.1.5 Bilanzierung und Überblick über Butlers weiteres wissenschaftliches Wirken.....	92
3.2 Performativitätskonzepte in den Kultur-, Sozial- und Erziehungswissenschaften.....	94
3.2.1 Performativität bei Krämer: Eine Genealogie.....	94
3.2.2 Performativität bei Wulf und Gebauer: Zur Bedeutung von Mimesis.....	101
3.3 Zusammenfassung.....	106
<b>4 Qualitative Forschung: Methodologie und methodisches Design</b> .....	109
4.1 Medienkonvergenz im Kontext qualitativer Sozial- und Medienforschung.....	109
4.2 Zur Forschungslogik der Grounded Theory.....	112
4.3 Durchführung der Interviews.....	115
4.3.1 Zugang zum Feld und Sample.....	116
4.3.2 Das qualitative Interview als offline-online Interview.....	120

4.4	Strategien der Auswertung.....	123
4.4.1	Das Surfgramm als grafische Darstellung von Surfwegen im Internet.....	123
4.4.2	Die Rolle der ForscherIn: Selbstreflexion der eigenen Rolle im Forschungskontext.....	128
4.5	Zusammenfassung.....	130
<b>5</b>	<b>Empirische Analyse: Von der Fallrekonstruktion zum empirischen Modell....</b>	<b>131</b>
5.1	Auswertungsschritte und Fallanalyse.....	131
5.1.1	Fallrekonstruktion und Vorgehensweise.....	131
5.1.2	Kategorienbildung und Generieren der Schlüsselkategorien.....	136
5.1.3	Falldarstellung auf Basis der Schlüsselkategorien.....	146
5.2	Mirko – der <i>Differenzierer</i> – hört gern Independent und Alternative.....	147
5.2.1	Fallporträt als thematische Analyse.....	148
5.2.2	Bedeutungsrekonstruierende Analyse.....	154
5.2.3	Zusammenfassung.....	174
5.3	Tamara – die <i>Sich-Abgrenzende</i> – steht auf Rock und manchmal Reggae.....	176
5.3.1	Fallporträt als thematische Analyse.....	177
5.3.2	Bedeutungsrekonstruierende Analyse.....	180
5.3.3	Zusammenfassung.....	200
5.4	Jan – der <i>Echtheitssuchende</i> – ist Heavy Metal Fan.....	202
5.4.1	Fallporträt als thematische Analyse.....	202
5.4.2	Bedeutungsrekonstruierende Analyse.....	207
5.4.3	Zusammenfassung.....	223
5.5	Susa – die <i>Unentschiedene</i> – wird von Hip Hop und R’nB bewegt.....	224
5.5.1	Fallporträt als thematische Analyse.....	225
5.5.2	Bedeutungsrekonstruierende Analyse.....	229
5.5.3	Zusammenfassung.....	241
5.6	Medienkonvergenz: Ein Modell.....	242
<b>6</b>	<b>Theoriebildung: Subjektkonstitution bei medienkonvergenter Interaktion....</b>	<b>256</b>
6.1	Medien als kulturelle Konstrukte und Konstruktionen.....	256
6.2	Mediale Praxen: Optionen durch Flexibilität und Einflussnahme.....	263
6.2.1	Selbstverständlichkeit und Flexibilität.....	263
6.2.2	Alltagspraxen – Medienpraxen.....	265
6.2.3	Nutzungsformen zwischen Konsumieren und Aktiv sein.....	268
6.2.4	Subjektkonstitution durch Umdeutung bzw. Verschiebung am Beispiel von Partizipation und Einflussnahme.....	273
6.3	Medienbiografisches Wissen: Varianzen von Detail- und Kontextwissen.....	278
6.3.1	Wissen und Selbstverständnis.....	282
6.3.2	Wissen und Weltbezug.....	285

6.4	Reflexive Authentifizierung: Präsentation und Anerkennung.....	286
6.4.1	Inszenierung von Authentizität.....	286
6.4.2	Anerkennung und Nicht-Anerkennung von Präsentationen.....	288
6.4.3	Identifikation und Attraktion.....	292
6.5	Medienkonvergente Interaktionen und performative Subjektconstitution: Medienkonvergierende AkteurInnen.....	296
<b>7</b>	<b>Medialität und Subjektconstitution: Eine Koda.....</b>	<b>299</b>
7.1	Medienkomposition – NutzerInnen – Handlungsfähigkeit.....	299
7.2	Fazit und Perspektiven.....	301
	<b>Anlage: Transkriptionsregeln.....</b>	<b>304</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>305</b>

**Anhang im Internet unter [www.vs-verlag.de/pdf/978-3-531-15636-1\\_anhang.pdf](http://www.vs-verlag.de/pdf/978-3-531-15636-1_anhang.pdf)**

- 1 Verwendete Transkriptionsregeln
- 2 Mirko: Interviewtranskript
- 2a Mirko: Surfgramm
- 3 Tamara: Interviewtranskript
- 3a Tamara: Surfgramm
- 4 Jan: Interviewtranskript
- 4a Jan: Surfgramm
- 5 Susa: Interviewtranskript
- 5a Susa: Surfgramm
- 6 Kristine: Interviewtranskript
- 7 Karen: Interviewtranskript
- 8 Rosa: Interviewtranskript
- 9 Clemens: Interviewtranskript
- 10 Malte: Interviewtranskript