

# jugendszenen.com

PDF-Download

---

Sie können den Text unter den folgenden Bedingungen verwenden:

- **Namensnennung.** Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen (wodurch aber nicht der Eindruck entstehen darf, Sie oder die Nutzung des Werkes durch Sie würden entlohnt).

Bitte wie folgt zitieren:

Jugendszenen.com (Hrsg.), Höhn, Marco (2008): „Visual kei: Vom Wandel einer ‚japanischen Jugendkultur‘ zu einer translokalen Medienkultur“. Online-Publikation: <http://www.jugendszenen.com>.  
Abrufdatum: (bitte angeben)

- **Keine kommerzielle Nutzung.** Dieses Werk darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.
- **Keine Bearbeitung.** Dieses Werk darf nicht bearbeitet oder in anderer Weise verändert werden.

Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter welche dieses Werk fällt, mitteilen. Am Einfachsten ist es, einen Link auf diese Seite einzubinden.

Jede der vorgenannten Bedingungen kann aufgehoben werden, sofern Sie die Einwilligung des Rechteinhabers dazu erhalten.

Diese Lizenz lässt die Urheberpersönlichkeitsrechte unberührt.



# Visual kei: Vom Wandel einer ‚japanischen Jugendkultur‘ zu einer translokalen Medienkultur.

Marco Höhn

## 1 *Visual kei, Cosplay, Otaku* – ein verwirrend fremdartiger Wandel in der Welt der Jugendmedienkulturen wirft seinen Schatten voraus

„Die ganze Geschichte braucht natürlich einen wahnsinnigen Platzaufwand. Also, jetzt hab ich 1,7 Terrabyte inzwischen schon, also nur Dramen und Animes. Ich hab mir noch ’ne neue Festplatte gekauft, davon hab ich jetzt fünf. Ja, das ist nicht wenig. Hier sind die DVDs, das sind dann 380 und 140 und 160.“

*Also knapp 700. Auf eine DVD passen wie viele Folgen?*

„Kommt darauf an, Dramen sind es manchmal nur fünf, manchmal zwölf. Kommt immer darauf an, wie gut die sind, qualitativ. Und ne Anime-Serie, da gehen rund 20 bis 26 Folgen drauf. Ich hab’ auf dem Rechner ’ne große Excel-Datei, wo alles drin steht, geht ja nicht anders.“

*Hast Du Dir denn das alles angeschaut?*

„In letzter Zeit hab’ ich wenig Zeit. Arbeit und Freunde halt. Nachdem ich damals mit meiner Freundin auseinander war, hab’ ich mir ein halbes Jahr jeden Tag eine DVD reingezogen, also eine Staffel. Mittlerweile sind es aber nur noch so 70 Prozent, die ich gesehen hab’.“

*Und Musik?*

„Naja, ich hab’ mir ja gerade aus Versehen 250 Gigabyte Musik geschrottet als ich Windows neu auf einer Wechselfestplatte installieren wollte. Also, da hab ich jetzt nicht mehr so viel, vielleicht noch mal 250 Gigabyte.“ (Karl, 23 Jahre)

Der Fan japanischer Populärkultur aus diesem Interview bezeichnet sich selbst sehr treffend und nicht ohne Stolz als ‚Otaku‘<sup>1</sup>. Der kurze Ausschnitt zeigt schon, wie sehr gerade Entwicklungen in den neuen Medien zu einem quantitativen, aber auch qualitativen Wandel jugendlicher Medienrezeption und -aneignung geführt haben. So ist dann Kellner (1997: 311) zuzustimmen, der schon vor zehn Jahren treffend festgestellt hat, was heute deutlich sichtbar wird:

„Die heutige Jugend ist die erste Generation, die erste Gruppe, die von Beginn an Kultur als Medien- und Computerkultur kennengelernt hat. Jugendliche spielen Computer- und Videospiele, ihnen steht ein Überangebot an Fernsehkanälen zur Verfügung, sie surfen durch das Internet, schaffen Gemeinschaften, soziale Beziehungen, Gegenstände und Identitäten in einem ganz und gar neuen und originären kulturellen Raum.“

Einen dieser ganz und gar neuen kulturellen Räume besetzt die originär japanische Jugendzene *Visual kei*. Sie ist ein Teil eines relativ jungen Neuaufkommens japanischer Populärkultur in Europa und Nordamerika. Im Folgenden soll gezeigt werden, wie die Mediatisierung von Kultur den Wandel sozialer Beziehungen in Gemeinschaften hin zu translokalen Jugendmedienszenen wie *Visual kei* beschleunigt. Diese Jugendszenen setzen den Zyklus von Produktion, Repräsentation und Aneignung zur ständigen kommunikativen Neukonstituierung virtuos ein. Hierzu wird nach einer theoretischen Beschäftigung mit der Deterritorialisierung von Kultur durch Mediatisierung und dem Wandel von Jugendkulturen zu posttraditionalen Medienszenen, die *Visual kei*-Szene an sich, die Bildung von Szene-Netzwerken zur Produktion, die Bedeutung von szeneeigenen Web 2.0-Angeboten im Internet für die Reproduktion und *Cosplay* als szenespezifische Aneignungspraktik genauer betrachtet.

---

<sup>1</sup> Grassmuck (2002: 74) definiert den ‚Otaku‘ als „ein zurückgezogenes, scheues Wesen, das monomanisch einem Interessensgebiet nachgeht, in dem Bestreben, dieses vollkommen zu beherrschen, darin Meisterschaft zu erlangen und dafür nur zu bereitwillig den Preis zu zahlen, alles andere völlig auszublenden.“

## 2 Translokale Medienkulturen

Kultur wird hier verstanden als „die Summe der verschiedenen Klassifikationssysteme und diskursiven Formationen [...], auf die Kommunikation Bezug nimmt, um Dingen Bedeutung zu verleihen“ (Hepp 2007: 4, in Anlehnung an Hall 2002). Nimmt man außerdem die zunehmende Mediatisierung des Alltags an, also eine wachsenden Zahl von Medien aller Typen verbunden mit einer gesteigerten Aufmerksamkeit und Bedeutung dieser Medienangebote für sämtliche Lebensbereiche (vgl. Krotz 2001), so kommt man nicht umhin, Kultur auch als nahezu vollständig mediatisiert, also als Medienkultur zu begreifen. Denn Kultur ist außerhalb von medialen Bezügen vermittelt kaum noch vorstellbar (vgl. Hepp 2007). Hepp (2004: 187) sieht in seinem Kreislauf von Medienkultur drei Ebenen:

„Medienkultur wird hier im Kern als durch drei Artikulationsebenen vermittelt gedacht, nämlich erstens die Produktion von verschiedenen materiellen und immateriellen Kulturprodukten, zweitens die diskursiven Repräsentationen, die diese ausmachen und drittens die Aneignung dieser Kulturprodukte. Wichtige Momente, die quer zu diesem Kernkreislauf zu fassen sind, sind die kulturelle Regulation beispielsweise durch die Politik und die Identifikation, d.h. die Artikulation bestimmter kultureller Identitäten.“

Diese Entwicklung im Verständnis von Kultur zu Medienkultur kann dabei nicht losgelöst gesehen werden von einem weiteren Wandel von (Medien-)Kultur im Rahmen der Globalisierung, nämlich dem Hinzukommen von deterritorialer (also translokaler) (Medien-)Kultur zu territorialer (lokaler, z. B. nationaler) (Medien-)Kultur. Deterritoriale Medienkultur hat den direkten Bezug von Kultur zu bestimmten geografischen oder sozialen Territorien verloren (vgl. Tomlinson 1999 und García Canclini 1995). Mediatisierung erfolgt dann also nicht mehr nur auf (lebens-)naher lokaler Ebene, sondern ermöglicht auch kommunikative Verbindungen, also Konnektivität, über das Lokale hinaus hin zu unterschiedlichen und fernen kulturellen Kontexten. Auf diese Weise ist insgesamt nunmehr von einem Netzwerk auszugehen, in dem die Lokalitäten bestehen bleiben, ohne dass es zwangsläufig zu kultureller Nähe oder gar zu einer Homogenisierung kommen muss. Ein Netzwerk also, in dem sich Konnektivität mal mehr und mal weniger verdichtet. Hier kann es zudem zu einer reterritorialen Reaktion kommen, wenn innerhalb der verstärkten kommunikativen Konnektivität zwischen den Lokalitäten dennoch, oder gerade auch verstärkt, lokale Bezüge besonders betont werden (vgl. Hepp 2004).

Translokale Medienkultur ist also sicherlich keine Nationalkultur. Vielmehr lässt sich darunter eine Vielfalt von Vergemeinschaftungsformen verstehen, deren Sinn und Bedeutung weit über lokale Bezüge hinausweisen und in deterritorialer kommunikativer Konnektivität ausgehandelt werden. Ihre Relevanz ist für den Einzelnen aber weiterhin auf lokaler Ebene zu suchen.

„Die Konzepte der Konnektivität und Deterritorialisierung helfen also zu fassen, dass einerseits die Vorstellung territorial rückbezüglicher Abgeschlossenheit kommunikativer Räume nicht mehr haltbar ist, gleichzeitig Lokalität als Referenzkategorie nicht sinnvoll aufgegeben werden kann. Menschen leben als physische Wesen zwingend an bestimmten Orten, die ihren Lebensmittelpunkt darstellen. Es ist das Lokale, d.h. solche Netzwerke von erreichbaren Lokalitäten, das in dem kommunikativen Netzwerk der Konnektivität für den Einzelnen bzw. die Einzelne der primäre Fokus des Alltags ist“ (Hepp 2002: 874).

Solche kommunikativ-konnektiv konstruierten, also vorgestellten Gemeinschaften, sind z. B. Jugendkulturen, bzw. -szenen.

## 3 Jugendkulturen und -szenen

In der jugendsoziologischen Literatur wird immer wieder über frühe Erscheinungsformen von Jugendkulturen berichtet, beginnend etwa bei den ‚Wandervögeln‘ an der Wende zum 20. Jahrhundert (vgl. Ferchhoff 1999). Dennoch sind Jugendkulturen eher ein Phänomen, welches sich nach dem Zweiten Weltkrieg als attraktives Bewältigungsangebot für die Umbrüche in der Adoleszenz und darüber hinaus entwickelt haben. Sie sind allerdings immer

zeit- und gesellschaftsabhängig, da „Jugend und ihr Erscheinungsbild keine anthropologische Konstante“ (Vogelgesang 1994: 3) darstellt.

Den nach ‚Entdeckung‘ von Jugendkulturen als eigenständige Vergemeinschaftungsformen häufig verwendeten Begriff der ‚Jugendsubkultur‘ haben Vertreter der Cultural Studies in Großbritannien näher beleuchtet. So wurden vor allem Jugendkulturen der Arbeiterklasse und die Beziehungen zwischen Arbeits- und Lebensbedingungen und den kulturellen Hervorbringungen untersucht. Kultur wird hier als die einer bestimmten sozialen Großgruppe oder Klasse gesehen und Jugendkulturen entsprechend als Untereinheiten von Klassenkulturen. Diese stehen einerseits in einer Beziehung zu ihrer Stammkultur, d. h. vor allem, dass sie von der gleichen Grundproblematik der jeweiligen Klasse geprägt sind. Andererseits weisen sie eine deutlich eigene Gestalt und Struktur auf; sie bleiben allerdings immer der hegemonialen Kultur untergeordnet. Trotz Kritik an der Elternkultur (Stammkultur) herrscht somit immer noch ein Klassenbewusstsein im Protest gegen die dominante Kultur. Der Begriff der ‚Subkultur‘ betont also die explizite Absetzung jugendkultureller Strömungen von der Normalität der ‚Stammkultur‘ und den Versuch des Widerstandes und der Veränderungen aus der eigenen Klasse, also von unten, gegenüber der hegemonialen Kultur. So stellten jugendliche Subkulturen eine Konsequenz aus der unzureichend gewordenen Gesellschafts- und Erziehungsstruktur der 50er Jahre dar. Diese Orientierung in altershomogenen Gruppen, den *peer-groups*, ersetzte Sozialisierungsdefizite von Familie, Schule und Ausbildung (vgl. Baacke 1993 und Hepp 1999).

### ***3.1 Jugendkulturen als individualisierte Vergemeinschaftungsformen***

Die heutige Entwicklung im jugendkulturellen Bereich ist deutlich von gesellschaftlichen Entwicklungstendenzen geprägt, die üblicherweise unter dem Stichwort der Individualisierung zusammengefasst werden. Dies bedeutet, dass Menschen aus ursprünglichen Normen vorgebenden und sozial bindenden Instanzen wie Familie, Religion, Geschlecht und eben sozialer Klasse herausgelöst werden und diese an Prägekraft verlieren. Dies führt zu einem Verlust an Sicherheit hinsichtlich Normen, Glauben und Handlungswissen. Individualisierung bedeutet jedoch „nicht Atomisierung, nicht Vereinzelung, nicht Vereinsamung, nicht das Ende jeder Art von Gesellschaft“ (Beck/Beck-Gernsheim 1993: 179), sondern immer auch eine neue Art der sozialen Einbindung in der Form, dass Biographien selbstreflexiv werden, bzw. dass Identität nicht mehr vorgegeben, sondern selbst herzustellen ist (vgl. Beck 1986).

Mit der Individualisierung geht eine Verlängerung der Jugendphase einher, d. h. vor allem eine ausgedehnte Phase der Schul- und Ausbildung und einer gesteigerten Mobilität bei gleichzeitigem Verfügen über finanzielle Mittel trotz fehlender Erwerbstätigkeit. Der Übergang in den Erwachsenenstatus ergibt sich also allenfalls noch über Teilschritte (eigene Wohnung, Berufsbeginn, Heirat, eigene Kinder). Zudem erfährt die Sphäre der Freizeit eine enorme Aufwertung. Sie wird zum Markt der Möglichkeiten, auf dem der Entscheidungszwang der Individualisierung zu einer Ausdifferenzierung und Pluralisierung von Jugendkulturen führt. An die Stelle von milieubezogenen Subkulturen treten also wähl- und abwählbare marktorientierte Freizeitszenen (vgl. Vollbrecht 1997). Jugendkultur wird zum Lebensstil, der nicht mit dem Übergang in den Erwachsenenstatus aufgegeben werden muss. Auffällig ist dabei eine ästhetisierende Überhöhung des Alltäglichen. Dies führt zur Abkehr vom Appellverhalten der kritischen Jugendbewegungen und hin zum Ausdrucksverhalten. Anstelle von Protest, Kampf und Veränderung geht es um Selbstdarstellung mit Hilfe exzentrischer Ausdrucksmittel (vgl. Baacke 1993). Der Anschluss an Jugendkulturen erfolgt heute somit eher situativ als „kurzfristig wirkender Stimulus eines reizvoll erscheinenden Arrangements, aufgrund der Orientierung an Freunden, die das Experiment des Andersseins schon eingegangen sind“ (Baacke 1994: 23). Jugendliche Identitätsentwicklung wird somit zur „Bastelexistenz“ innerhalb dessen, was als „posttraditionale Vergemeinschaftung“ bezeichnet werden kann (vgl. Hitzler/Honer 1994 und Hitzler 1998).

### **3.2 Jugendszenen als posttraditionale Vergemeinschaftungsformen**

Diese „posttraditionale Vergemeinschaftung“ kennzeichnet die

„freiwillige Einbindung des Individuums aus seiner kontingenten Entscheidung für eine temporäre Mitgliedschaft in einer – typischerweise von einer Organisationselite im Zusammenhang mit Profitinteressen stabilisierten und perpetuierten – (vorzugsweise freizeit- und konsumorientierten) sozialen Agglomeration“ (Hitzler 1998: 82).

Die Mitgliedschaft in dieser Gemeinschaft beruht also auf einem freiwilligen Entschluss, ist nicht unbedingt von längerer Dauer und jederzeit kündbar. Das Handeln der Mitglieder folgt nicht geteilten Interessen, sondern erzeugt sie: „Genauer gesagt: sich dem Handeln anzuschließen, ist alles, was es zu teilen gibt. [...] Was üblicherweise zu Zeiten des Karnevals als kurzer Bruch der Kontinuität, als fröhliche Aufhebung des Zweifels zum Vorschein kommt, wird nun zum Lebensmodus“ (Baumann 1995: 354). Maffesoli (1988) betont dabei die emotionale Hingabe als Merkmal der Zusammengehörigkeit. Wichtig für den inneren Zusammenhalt ist Distinktion, wobei die Gemeinschaft nach außen vorgeführt und gleichzeitig nach innen als Realität konstruiert wird. So entsteht eine Dialektik von In- und Ausgrenzung: Sowohl das Anderssein als auch die Zusammengehörigkeit werden ständig betont. Dabei werden die Grenzen nach innen und außen instabil und fließend, sodass sich bei den Mitgliedern oftmals die Idee einer deterritorialisierten, lebenslagen-, milieu- und grenzüberschreitenden Gemeinschaft entwickelt (vgl. Hitzler 1998). Diese Vorstellung von Gemeinschaft bildet die Basis von Jugendszenen.

Szenen sind „thematisch fokussierte kulturelle Netzwerke von Personen, die bestimmte materiale und/oder mentale Formen der kollektiven Selbststilisierung teilen und Gemeinsamkeiten an typischen Orten und zu typischen Zeiten interaktiv stabilisieren und weiterentwickeln“ (Hitzler/Bucher/Niederbacher 2001: 20). Szenegänger orientieren sich bei der kommunikativen Konstituierung bzw. Konstruktion gemeinsamer Interessen über den Gebrauch von szenespezifischen Symbolen, Zeichen und Ritualen an einem jeweiligen thematischen Rahmen (ein Musikstil, Konsumgegenstände, politische Weltanschauungen, eine spirituelle Idee, etc.). Dies führt zu einer unterschiedlichen raumzeitlichen Reichweite bzw. Verbindlichkeit der (Selbst-)Inszenierung in verschiedene Lebensbereiche, obwohl Szenen nur dadurch existieren und sich etablieren, dass ihre Präsenz auch von Außenstehenden wahrgenommen wird. Es gibt allerdings kaum Sanktionsmechanismen, sodass Szenen per se instabile Gebilde sind (vgl. Hitzler/Bucher/Niederbacher 2001). Da sich Szenen also nur in ihren kommunikativen Handlungen manifestieren, kommt dem Erwerb von szenetypischen Wissensbeständen, Attitüden, Signalen etc. eine zentrale Rolle zu. Bei dieser Aneignung stellen Medien eine nicht zu unterschätzende Ressource dar.

### **3.3 Jugend und Medien**

Nach wie vor gilt: „Jugendzeit ist Medienzeit und Jugendszenen sind vermehrt Medienszenen“ (Vogelgesang 1997: 13). Der Umgang Jugendlicher mit Medien aller Arten war und ist seit jeher nicht etwa nur von passiver Rezeption geprägt, sondern vor allem von aktiver Aneignung. Dies zeigen Studien seitdem Jugendkulturen, wie erwähnt, an Bedeutung erfahren haben. Als Ressource und Kristallisationspunkt von Jugendkulturen und -szenen wurden vor allem Musik und Film, später auch Fernsehangebote untersucht (vgl. z. B. Vogelgesang 1991, Baacke 1997).

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass Medien folgende Aneignungsmöglichkeiten bieten (vgl. z.B. Vogelgesang 1997 und 1999 oder auch Grassmuck 2000):

- Medien sind Identitätsmärkte, auf denen Jugendliche Selbstinszenierungsstrategien auswählen und ausprobieren können, um darüber eine personale wie soziale Identität auszubilden.
- Medien sind Kompetenzmärkte, auf denen Jugendliche szeneeigenes Wissen und Bedeu-

tungen erwerben und vertiefen können und so eine spezifische Medienkompetenz und einen hohen Spezialisierungsgrad entwickeln, der weit über mediales Alltagswissen hinausreicht.

- Medien sind Emotionsgeneratoren, mit deren Hilfe sich Jugendliche rational Affektiven suchen, um szenetypische Erlebnisformen als partiellen Ausbruch aus dem alltäglich wirkenden Zivilisationsprozess auszuleben.
- Medien stellen selbst Angebote dar, um deren Inhalte (im Medienfantum wie z. B. bei den ‚Trekkies‘), aber auch um deren Erscheinungsform (man denke nur an die Apple-Freaks) sich Szenen bilden oder auch Einzelne sich z. B. zu ‚Freaks‘, ‚Geeks‘ oder ‚Otaku‘ entwickeln können.

Gerade neuen Medien muss dabei mehr Beachtung geschenkt werden, aktuell vor allem den Angeboten des Web 2.0. Hier werden neue, vernetzte, on-/offline-gemischte Lebens- und Erlebnisräume geschaffen, die alles bisher Dagewesene in den Schatten stellen, aber mittlerweile für Jugendliche längst Teil ihres Alltages geworden sind, ohne dass die Jugendsoziologie oder die Kommunikationswissenschaft ausreichend Kenntnis davon haben. Im Folgenden soll nun die Bedeutung gerade von neuen Medien in der Entwicklung der als japanisch wahrgenommenen Jugendszene *Visual kei* in Richtung einer translokalen Medienkultur näher beleuchtet werden. Dabei sollen in Orientierung an den eingangs vorgestellten Kreislauf der Medienkultur vor allem zwei Ebenen betrachtet werden: die *Ebene der Produktion und Präsentation*, wobei hier die Frage interessiert, welche translokalen Inhalte im Szenediskurs angeboten werden und die *Ebene der Aneignung*, wobei hier die Frage ist, wie im Verlauf der Aneignung die Inhalte kulturell transformiert und lokalisiert werden. – Dies alles wird vor dem Hintergrund des fraglichen Ablaufs der Konstituierung von individueller, aber vor allem kollektiver (Szene-)Identität untersucht.

#### 4 Die Jugendszene *Visual kei*

„Die Musik ist ein Hammer. Aber man sieht sie auch gerne. Man hört sie nicht nur gerne, man sieht sie auch gerne. Also wie z. B. der Stil, wie die so auftreten, das ist einfach so anders. Die meisten Bands jetzt so in Amerika, die sehen halt auch meistens so normal aus oder einfach nur schwarz gekleidet und die Japaner haben halt auch wirklich ihren eigenen Stil und *Visual kei* gibt es wirklich nur in Japan so genau in diesem Stil. Es ist einfach nur krass, weil sie einfach anders sind und das ist schon interessant.“ (Lea, 20 Jahre)

*Visual kei* (japanisch: *vijuaru kei*) lässt sich in etwa als ‚optisches System‘ oder ‚visuelle Herkunft‘ übersetzen. Es ist ein Sammelbegriff, der sämtliche Szeneaspekte (Musik, Outfit, Medien, Symbole, Rituale, etc.) umfasst. Im Kern des Ganzen steht dabei J-Rock, bzw. J-Pop, was wiederum ein Sammelbegriff für populäre japanische Musik ist, die viele unterschiedliche Musikstile (Pop, Glam, Rock, Punk, Gothic, Metal, etc.) und sogar Anleihen aus traditioneller japanischer Musik umfasst.<sup>2</sup> J-Rock/-Pop entstand schon in den 1980er Jahren in Japan und wurde in den 1990er Jahren mit der Etablierung einiger Stars und ihrer Bands dort sehr erfolgreich. Musikalisch geprägt wurden J-Rock/-Pop-Bands vom westlichen Glam-Rock (z. B. *Twisted Sister* oder *David Bowie*), von Batcave und Deathrock (z. B. *Alien Sex Fiend* oder *Siouxsie & The Banshees*), von New Wave (z. B. *Visage*) und auch Post-Punk (z. B. *Sigue Sigue Sputnik*). Dieser so entstehende musikalische Genre-Mix führt seitdem sogar dazu, dass J-Rock/-Pop-Bands auf einem einzigen Album sehr verschiedene, teilweise von Lied zu Lied unterschiedliche Musikstile präsentieren.

Der Haupteinfluss in der Entwicklung von J-Rock/-Pop-Bands (wie z. B. *X-Japan*, 1997 aufgelöst; *Malice Mizer*, 2001 aufgelöst; *Dir en grey*; *Moi dix Mois* oder *D’espairs Ray*) lag aber nicht einmal so sehr im musikalischen, sondern vielmehr im visuellen Bereich: mit schrillen Outfits, Frisuren und Make-ups. Die ästhetische Erscheinung der Bands, vor allem der einzelnen Musiker, ist der entscheidende Stil prägende Faktor der *Visual kei*-Szene. Man-

---

<sup>2</sup> Im Folgenden wird der Einfachheit halber nur von J-Rock/-Pop die Rede sein, auch wenn sich mittlerweile weitere Musikstile wie z. B. *Ero guro* oder *Angura kei* aus dem allgemeinen J-Rock/-Pop herausdifferenzieren.

che von ihnen wurden Superstars oder Models wie z. B. *Mana*, *Gackt*, *Hyde* oder *Miyavi*. Die Besonderheit des *Visual kei* ist also, „dass er von Männern gesungen wird, die sich wie Frauen kleiden; während das Publikum vor allem aus Frauen besteht, die sich wie Männer kleiden, die sich wie Frauen kleiden“, wie es Balzer (2006: 1) treffend formuliert hat. Somit lässt sich zusammenfassen, dass *Visual kei*, im Unterschied zu bisherigen westlich orientierten Jugend-szenen, nicht so sehr eine Kristallisation um Musik(stile), sondern vielmehr um die optische Erscheinung der Musiker, darstellt.<sup>3</sup>

Schon diese Herkunft macht es eigentlich schwierig von einer japanischen Jugendkultur zu sprechen, da dieses Zusammenbasteln verschiedener westlicher Stile zum J-Rock/-Pop und zur *Visual kei*-Ästhetik auch schon als eine translokale Produktion und Repräsentation von Medienkultur verstanden werden kann. Da dies allerdings ausschließlich in Japan auf diese Art und Weise ablief, können wir die Bezeichnung der japanischen Jugendkultur dennoch aufrecht erhalten.

Das Aufkommen des J-Rock/-Pop und die Aneignung der extrovertierten optischen Erscheinung seit den 1990er Jahren korrelierte immer schon mit den Bedürfnissen japanischer Jugendlicher nach Möglichkeiten des Ausbruchs aus dem Alltag. Dieser Alltag wird immer noch als sehr einengend und unfrei erlebt, geprägt durch eine (gerade für westliche Verhältnisse) sehr strenge Erziehung in Schulen und Elternhäusern, sowie weitere gesellschaftlichen Schranken und Tabus, z. B. was das Thema traditionelles vs. modernes Geschlechterrollenverständnis sowie auch Sexualität angeht (vgl. Fukuzawa/LeTendre 2001 und Kreitz-Sandberg 1994). So entwickelte sich ein stiller, aber schriller Protest durch die ästhetische Selbstinszenierung dieser Jugendlichen mit Hilfe ihrer auffälligen und aufwändigen Kostümierungen an Wochenenden und Feiertagen, sowie zu Konzerten auf öffentlichen Plätzen, vor allem auf dem Harajuku-Platz in Tokio. Hier sind sie mittlerweile sogar zu Touristen-Attraktionen und beliebten Foto-Motiven geworden. Nicht zuletzt darüber sind auch westliche Medien auf dieses Phänomen aufmerksam geworden. Doch erst der Manga- und Anime-Boom und vor allem die Verbreitung von J-Rock/-Pop über das Internet mittels des mp3-Formates brachten *Visual kei* um die Jahrtausendwende allmählich nach Europa, wie aus den qualitativen Leitfadenterviews mit Szenemitgliedern zu erfahren ist.<sup>4</sup>

## 5 Formen szenespezifischer Produktion, Repräsentation und Netzwerkbildung im Internet

„Ich kenne einige Japaner, auch durch Internet und ja, ich hab mit vielen Leuten Kontakt in Japan. So in Japan sprechen jetzt nicht viele Englisch sag ich mal so, aber einige und die, die ich kenne sprechen halt auch sehr gut Englisch, deswegen kann ich gut mit denen kommunizieren.“ (Lea, 20 Jahre)

„Ja, ich investiere da sehr, sehr viel Zeit drin. Ähm, ich komme um 16 Uhr 30 nach Hause, klick die neuesten Dinger an, die ich runterladen kann und knall mir eigentlich bis 1 Uhr morgens den Kopf damit voll, also es gibt massig da, das mache ich jetzt seit fast zwei Jahren und äh, es ist irgendwie kein Ende in Sicht (lacht). Na gut, ich mache natürlich auch am Wochenende noch was anderes, aber ich investiere da sehr viel Zeit drin.“ (Lena, 21 Jahre)

Um die Jahrtausendwende herum verbreiteten sich erste mp3-Dateien mit harter gitarrenorientierter Musik, unterlegt mit fremdartig klingendem Gesang in japanischer Sprache über noch relativ unbekanntes Foren im Internet. Dies war der zaghafte Beginn des Siegeszuges von J-Rock/-Pop in Europa und Nordamerika. Heute stellen sich Produktions- und Aneignungswege der *Visus*, so die Eigenbezeichnung der *Visual kei*-Szene, dank des technischen Fortschrittes ganz anders dar. Zudem spielen neben dem Austausch von Musik vor allem Musikvideos, aber auch Animes und japanische Fernsehserien eine große Rolle im Szeneleben.

Als Beispiel seien hier nur die sich auf das peer-to-peer-Verfahren stützenden Austauschplattformen *tokiotosho.com*, *hentaikey.com* und *jpopsuki.com* genannt. Dort finden sich nahe-

<sup>3</sup> Darüber hinaus und in Abgrenzung zur *Visual kei*-Szene gibt es aber auch in Deutschland Fans des J-Rock/-Pop, die ausschließlich an der Musik interessiert sind.

<sup>4</sup> Mehr zu *Visual kei* in Deutschland bei Höhn (2007) oder unter [www.jugendszenen.com](http://www.jugendszenen.com).

zu sämtliche auf dem japanischen Markt verfügbaren Musikstücke, Musikvideos, Animes und Fernsehserien (auch Dramen genannt). Der Produktionsablauf erfolgt dabei hauptsächlich in konnektiven, translokalen Netzwerken: Japanische Mitglieder der Netzwerke machen digitale Aufnahmen von Animes, Dramen und Musikvideos aus dem japanischen Fernsehen oder wandeln analoge Musikstücke in digitale Dateien um, und stellen diese auf Plattformen wie den oben genannten zu Verfügung. Diese Anime- und Serienfolgen laden europäische oder nordamerikanische Gruppen der Netzwerke herunter, übersetzen die Dialoge und versehen die Bilder mit englischen, deutschen, französischen oder spanischen Untertiteln. Das Ergebnis wird dann allen Nutzern zur Verfügung gestellt. Dabei wird erwartet, dass Mitglieder, die des Japanischen mächtig sind, sich an Übersetzungsgruppen beteiligen und dass nicht nur Dateien heruntergeladen, sondern auch im gleichen Maße eigene Dateien zur Verfügung gestellt werden. Sonst werden Mitglieder als *Leacher* (Blutegel) gebrandmarkt und ausgeschlossen. Auf diesem Weg lassen sich mit einem schnellen Internetzugang ganze Bibliotheken mit ursprünglich japanischen Medieninhalten erstellen. So findet man etliche ‚Otaku‘ auch in deutschen Szenezusammenhängen, die aufgrund ihrer speziellen Kompetenz diesen nicht immer ganz legalen Markt beherrschen.

Weitere translokale konnektive Netzwerke lassen sich im Internet vor allem im Web 2.0-Bereich finden. Angebote wie *MySpace.com* schaffen erstmals translokale Möglichkeiten des Austauschs von Szenewissen und -informationen, der Selbstdarstellung von Einzelpersonen und auch des Austestens von Identitäten, wie sie sicherlich auch bei anderen Jugendszenen ablaufen. Gerade für *Visual kei* sind sie konstitutiv notwendig, wie im folgenden Kapitel noch erläutert wird.

Deutsche Szenemitglieder haben hier die Gelegenheit, mit Jugendlichen in Japan, mit der japanischen Szeneelite und mit Bands in Kontakt zu kommen, um an heiß begehrte Informationen zu kommen: Was gerade in Japan *en vogue* ist, wo angesagte Kleidung zu bekommen ist oder zumindest wo Fotos zur Vorlage für das eigene Schneidern zu sehen sind, welche Bands neue Musikstücke herausgebracht haben und vor allem wie die Bandmitglieder nun aussehen. Auch das Alltagsleben in Japan sowie in Deutschland sind Themen, über die man sich austauscht. Hier vor allem über die typischen Probleme Jugendlicher mit Eltern, Schule, Freundeskreis und Liebesbeziehungen – allerdings eher in kurzer, oberflächlicher Art und Weise. Die visuelle Selbstdarstellung, beidseitig gepaart mit Lob und Kritik darüber, scheint interessanter zu sein und nimmt den größten Stellenwert ein.

Auch auf lokaler Ebene ist es ein Web 2.0-Angebot, welches als wichtigstes Medium der deutschen *Visual kei*-Szene zu bezeichnen ist: *Animexx.de* war ursprünglich ein Online-Portal für Anime- und Manga-Liebhaber. Mittlerweile hat es sich aber mit ca. 100 000 registrierten Mitgliedern längst zum größten und bedeutsamsten deutschsprachigen Internet-Angebot für Fans japanischer Populärkultur entwickelt (also außer *Visus* auch *Cosplayer*, *Gothic Lolitas*, Computer- und Rollenspieler usw.). Da hauptsächlich nur in Großstädten größere Ansammlungen von *Visual kei*-Szenemitgliedern zu finden sind, wird *animexx.de* als virtueller Treffpunkt genutzt, um sich dort auszutauschen. Hier sind nicht nur Selbstdarstellungen und Szeninformationen über Events ein wichtiger Teil der Kommunikation.

Einen bedeutenden Stellenwert nehmen Eigenproduktionen der Szene ein, also Fan-Art wie die *dojinshi* und selbst aufgenommene Fotos von *Cosplayern*. *Dojinshis* sind selbstgezeichnete Mangas, deren Geschichten entweder frei entwickelt sind, sich an bestehenden Mangas orientieren oder diese weitererzählen. Diese teilweise auf höchstem Niveau produzierten Zeichnungen verknüpfen häufig sehr kreativ japanische und deutsche Themen miteinander, von harmlosen Kindergeschichten bis hin zu drastischen Darstellungen von Gewalt und Sexualität. *Dojinshis* sind unter den *animexx.de*-Usern äußerst beliebte Kulturformen und auch wieder Gegenstand der gegenseitigen Bewertung, über die ein schneller Aufstieg zur Szeneelite möglich ist. Gerade für *Visual kei* sind aber Aneignungsformen wie *Cosplay* von besonderer Bedeutung, wie sie im Folgenden ausführlicher dargestellt werden.

## 6 Cosplay – ein szenespezifisches Aneignungsphänomen

„Also klar, das macht schon Spaß, ab und zu mal sich zu verkleiden wie *Mana* oder so. Und dann musst Du so, na ja, irgendwie exhibitionistisch drauf sein, ist klar. Sich so zu zeigen ist schon geil irgendwie. Dazu schneidert man sich dann auch das Zeug zusammen. Also ich kenne nur ein paar, die das nicht machen. Ja, also die Kostüme nachzumachen und sich so zu stylen und so.“ (Jana, 19 Jahre)

*Cosplay* (japanisch: *kosu-purei*) setzt sich aus den Begriffen ‚costume‘ und ‚play‘ zusammen, findet sich nicht nur in der *Visual kei*-Szene wieder und ist zudem auch kein neues Phänomen. Die Herkunft von *Cosplay* ist auch unter der Szeneelite umstritten. Diese berichtet davon, dass *Cosplay* in den USA bei Science-Fiction-Fans entstand, aber erst in Japan zum Begriff und dort zur Perfektion getrieben wurde. Andererseits sind auch hier Parallelen zum traditionellen japanischen *Kabuki*-Theater zu finden, bei dem Männer durch Verkleidung, Make-up und besonders stilisierte Posen in Frauen-Charaktere schlüpfen mussten, da Frauen das öffentliche Theaterspielen verboten war.

Bei *Cosplay* geht es darum, sich einen Charakter aus einem Manga, einer Anime-Serie, einem Computer-Spiel oder – im Falle der *Visual kei*-Szene – einen Solokünstler oder ein Bandmitglied aus dem J-Rock/-Pop-Bereich auszusuchen und sich dieser/diesem entsprechend möglichst originalgetreu zu kostümieren. Zudem werden typische Posen, bei *Visual kei* auch Tanzschritte und kurze Gesangsstücke, einstudiert, um dem Original täuschend echt zu entsprechen. Diese totale Identifizierung mit dem Charakter macht den großen Unterschied zum Verkleiden an Karneval oder Halloween aus.

*Cosplay* findet nicht alltäglich, sondern fast ausschließlich auf großen Szeneevents statt und dann auch nicht nur zum Spaß, sondern vielmehr um sich mit anderen *Cosplayern* in einem Wettbewerb zu messen und sich fotografieren zu lassen:

„[...] In dem merkwürdigen Königreich Otaku, oder Fanatics, ist es möglich, ein Kostüm zusammenzustellen und vom Möchtegern zum Star zu werden, auch wenn es nur für eine kurze Zeit ist. Es ist sogar möglich, Ruhm kennen zu lernen, wenn man für die Paparazzi auf einer Convention oder einer anderen *Cosplay*-Veranstaltung posiert.“ (Cahill 2003: 4f.)

Etablierte Szeneevents in Deutschland sind neben kleineren Visual Treffen (ViT) in verschiedenen Städten die mit ca. 10 000 Besuchern größten jährlich stattfindenden Conventions *Ani-magic* in Bonn und *Connichi* in Kassel. Hier finden sich alle schon erwähnten Spezielsenzen der Fans japanischer Populärkultur wieder, deren Showacts und *Cosplay*-Wettbewerbe aber voneinander getrennt ablaufen. Trotzdem bilden sie den zentralen Höhepunkt einer jeden Convention.

Bei *Cosplay*-Wettbewerben der *Visus* werden in einer begrenzten Zeitspanne Gesangs- und Tanzvorführungen dargestellt, die von einer Jury bewertet und mit Werbegeschenken (bis hin zu Flugtickets nach Japan) honoriert werden. Von besonderer Bedeutung sind dabei die Kriterien ‚Ähnlichkeit mit dem Original‘, ‚Kreative Fertigung des Kostüms‘ (hier sind gekaufte Kostüme nicht gern gesehen), ‚Interpretation des Charakters und Performance‘ sowie ‚Zuschauerreaktionen‘. Allgemein lässt sich sagen, dass ein Szenemitglied umso mehr Prestige in seiner Szene erwirbt, desto mehr *Cosplay*-Wettbewerbe er mitmacht und dabei erfolgreich ist. Dies spiegelt sich dann auch in der Anzahl der Fotografier-Wünsche anderer Szenemitglieder und Anfragen von professionellen Fotografen wieder. Denn die Fotos und die Kommunikation darüber stellen häufig eine noch bedeutsamere Form der Bestätigung und Anerkennung dar. Dabei wird häufig nicht nur einfach so ein Schnappschuss gemacht. Vielmehr werden auf den Conventions Podeste mit geeigneten Hintergründen zu Verfügung gestellt, auf denen sich *Cosplayer* in besondere, möglichst charakter-typische Posen werfen. Teilweise bilden sich sogar Schlangen von Fotografen, die nacheinander kleine Fotosessions abhalten.

Hier wird der Kreislauf-Charakter des eingangs erläuterten Drei-Ebenen-Modells von Medienkulturen (vgl. Hepp 2004) deutlich: *Cosplay* als Aneignung eines Medieninhalts in Form eines Charakters endet nicht mit dem fotografiert Werden. Fotograf und *Cosplayer* bzw. verschiedene *Cosplayer* treffen sich im Anschluss an die Convention online wieder, um die Fotos auszutauschen und nachzubearbeiten (Produktion), darüber eine Anschlusskommunikation zu

starten, bzw. in einen größeren, translokal geführten Diskurs einzutreten, beispielsweise über aktuelle Inszenierungsstrategien und angesagte Outfits, (Repräsentation) und sich neue Anregungen für die nächste Convention mit anderem Kostüm zu holen (Aneignung).

## 7 Fazit und Ausblick: *Visual kei* als Prototyp eines Wandels?

In der Medienkultur der *Visual kei*-Szene erfolgt Kommunikation häufig über Selbstinszenierung mittels Fotografiepraktiken und Zurschaustellung im Internet. Daran schließt sich das Knüpfen von Beziehungen und das Szeneleben an, also soziales Handeln. Bzw. werden die ausgestellten Fotos wiederum Auslöser von neuer Kommunikation. Hier liegt also eine „technisch umgesetzte, sozial institutionalisierte Transformation kommunikativen Handelns, insofern dabei das komplexe Potential menschlichen Kommunizierens erhalten bleibt und insofern darüber weitere Kommunikation erzeugt wird“ (Krotz 2003: 172) vor, über die sich die *Visual kei*-Szene konstituiert bzw. immer wieder neu konstituiert. Die Mediatisierung ermöglicht dabei eine ständige kommunikative Rückkopplung an japanische Szenediskurse, die zu einer translokalen Konnektivität, aber eben nicht unbedingt zu einer Homogenisierung der Jugendszene führt. Der lokale Bezug, d. h. z. B. die erreichbaren lokalen Conventions bleiben wichtiger Referenzrahmen und Orientierungspunkt im Szeneleben.

Vielleicht kann gerade *Visual kei* als eine Art Prototyp für neuartige Jugendkulturen betrachtet werden. Es fällt auf, wie sehr die Entwicklungen, die Hitzler, Bucher und Niederbacher (2001) als „Verszenung“ beschrieben haben, hier noch einmal radikalisiert werden: *Visual kei* ist eine Form der kollektiven ästhetischen Selbststilisierung und -inszenierung, wie man sie in dieser extremen Form bei früheren, westlich-orientierten Szenen wie z. B. Punk so nicht beobachten konnte. Ästhetische Selbstinszenierung scheint hier alles zu sein, was zählt. Gemeinsam geteilte politische oder sozialkritische Wertvorstellungen oder gar Ideologien, die aus ähnlichen sozialen Lagen resultieren, fehlen fast völlig. Sicherlich müssen Jugendszenen dies heute aber gar nicht mehr thematisieren, wie es sich z. B. schon bei der Techno-Szene gezeigt hat. Dennoch geht die *Visual kei*-Szene noch einen Schritt weiter: So entstand z. B. die Techno-Szene in weiten Teilen parallel in den Großstädten Nordamerikas und Europas auch durch gemeinsam geteilte Entwicklungen und Bedürfnisse. *Visual kei* hingegen ist ein nahezu rein internetbasiertes, globalisiertes Exportprodukt, also eine deterritorialisierte Medienkultur, welche in Deutschland auf ganz andere jugendliche Lebenslagen trifft als in Japan und vielleicht gerade deshalb eher bzw. ausschließlich als visuell-ästhetisches Phänomen funktioniert.

## Literatur

- Baacke, Dieter (1993): *Jugend und Jugendkulturen: Darstellung und Deutung*. Weinheim/München: Juventa.
- Baacke, Dieter (1994): *Ortlos – Sinnlos. Verschiebungen in jugendkulturellen Milieus*. In: Baacke, Dieter/Farin, Klaus/Laufer, Jürgen (Hrsg.): *Rock von rechts. Medienpädagogische Handreichung 3 (GMK-Schriften zur Medienpädagogik 14)*. Bielefeld: GMK, 21-30.
- Baacke, Dieter (Hrsg.) (1997): *Handbuch Jugend und Musik*. Opladen: Leske und Budrich.
- Balzer, Jens (2006): *Rückkehr der Rüschenbluse. Das nächste große Ding 2006: Visual kei-Rock aus Japan und die Gothic Lolitas*. In: <http://www.goethe.de/ins/prj/life/januar06/de1110257.htm> [10.01.2007].
- Baumann, Zygmund (1995): *Postmoderne Ethik*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Beck, Ulrich (1986): *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt am

- Main: Suhrkamp.
- Beck, Ulrich/Beck-Gernsheim, Elisabeth (1993): Riskante Freiheiten. Zur Individualisierung von Lebensformen in der Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Cahill, Jennifer (2003): Der Kult von Kawaii. In: N.N. (Hrsg.): Cosplay Girls. Japans fleischgewordene Manga-Heldinnen. Rastatt: MG Publishing, S. 4-5.
- Ferchhoff, Wilfried (1999): Jugend an der Wende vom 20. zum 21. Jahrhundert. Lebensformen und Lebensstile. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Fukuzawa, Rebecca/LeTendre, Gerald (2001): Intense Years. How Japanese Adolescents Balance School, Family and Friends. New York/London: Routledge.
- García Canclini, Nestor (1995): Hybrid Cultures. Strategies for Entering and Leaving Modernity. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Grasmuck, Volker (2000): Eine Lebensform der Zukunft? Der Otaku. In: Matejovski, Dirk (Hrsg.): Neue, schöne Welt? Lebensformen der Informationsgesellschaft. Frankfurt am Main: Campus, S. 157-177.
- Grasmuck, Volker (2002): Geschlossene Gesellschaft. Mediale und diskursive Aspekte der „drei Öffnungen Japans“. München: Iudicum.
- Hall, Stuart (2002): Die Zentralität von Kultur: Anmerkungen zu den kulturellen Revolutionen unserer Zeit. In: Hepp, Andreas/Löffelholz, Martin (Hrsg.): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. Konstanz: UVK, S. 95-117.
- Hepp, Andreas (1999): Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hepp, Andreas (2002): Translokale Medienkulturen. In: Hepp, Andreas/Löffelholz, Martin (Hrsg.): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. Konstanz: UVK, S. 861-885.
- Hepp, Andreas (2004): Netzwerke der Medien. Medienkulturen und Globalisierung. Wiesbaden: VS.
- Hepp, Andreas (2007): Kulturtheorie in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: Winter, Carsten/Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich (Hrsg.): Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. Wiesbaden: VS, S. 113-138.
- Hitzler, Ronald/Honer, Anne (1994): Bastelexistenz. Über subjektive Konsequenzen der Individualisierung. In: Beck, Ulrich/Beck-Gernsheim, Elisabeth (Hrsg.): Riskante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 307-315.
- Hitzler, Ronald (1998): Posttraditionale Vergemeinschaftung. Über neue Formen der Sozialbindung. In: Berliner Debatte INITIAL, Nr. 9, S. 81-89.
- Hitzler, Ronald/Bucher, Thomas/Niederbacher, Arne (2001): Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute. Opladen: Leske und Budrich.
- Höhn, Marco (2007): Visual kei. Eine mädchendominierte Jugendkultur aus Japan etabliert sich in Deutschland. In: Rohmann, Gabriele (Hrsg.): Krasse Töchter. Mädchen in Jugendkulturen. Berlin: Archiv der Jugendkulturen Verlag, S. 45-54.
- Kellner, Douglas (1997): Jugend im Abenteuer Postmoderne. In: SPoKK (Hrsg.): Kursbuch Jugend-Kultur. Mannheim: Bollmann, S. 70-78.
- Kreitz-Sandberg, Susanne (Hrsg.) (1994): Jugend in Japan: eine empirische Untersuchung zur Adoleszenz in einer „anderen Moderne“. Rheinfelden: Schäuble.
- Krotz, Friedrich (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch Medien. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Krotz, Friedrich (2003): Die Mediatisierung der Lebensräume von Jugendlichen. Perspektiven für die Forschung. In: Bug, Judith/Karmasin, Matthias (Hrsg.): Telekommunikation und Jugendkultur. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 167-184.
- Maffesoli, Michel (1988): Jeux de masques: Postmodern tribalism. In: Design Issues. Vol. IV, No. 1&2.
- Tomlinson, John (1999): Globalization and Culture. Cambridge/Oxford: Polity Press.
- Vogelgesang, Waldemar (1991): Jugendliche Video-Cliquen. Action- und Horrorvideos als

- Kristallisationspunkte einer neuen Fankultur. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Vogelgesang, Waldemar (1994): Lebenswelten Jugendlicher im Wandel. Unveröffentlichtes Manuskript, Trier.
- Vogelgesang, Waldemar (1997): Jugendliches Medienhandeln: Szenen, Stile, Kompetenzen. In: Aus Politik und Zeitgeschichte B 19-20, S. 13-27.
- Vogelgesang, Waldemar (1999): Jugendkulturelle Identitätsinszenierung und Szenengenerierung im Internet. In: Berliner Journal für Soziologie. 1, S. 65-84.
- Vollbrecht, Ralf (1997): Jugendkulturelle Selbstinszenierungen. In: Medien und Erziehung. 1, S. 7-14.