

Autor: Schorb, Bernd.

Titel: Identitätsbildung in der konvergenten Medienwelt.

Quelle: Wagner, Ulrike/ Theunert, Helga (Hg.): Neue Wege durch die konvergente Medienwelt. Studie im Auftrag der Bayrischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). BLM-Schriftenreihe Bd. 85. München 2006, S. 149-160.

Verlag: Verlag Reinhard Fischer.

Die Veröffentlichung erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Bayrischen Landeszentrale für neue Medien (BLM).

Bernd Schorb

Identitätsbildung in der konvergenten Medienwelt

Heranwachsende stehen vor der Aufgabe, eine eigene Identität herauszubilden, um sich zu einer möglichst stabilen erwachsenen Persönlichkeit zu entwickeln. In diesem Prozess der Identitätsbildung orientieren sie sich an ihrer Umwelt und den Vorgaben, die diese ihnen macht. Die Arbeit an der eigenen Identität ist, seit Havighurst sein Modell der Entwicklungsaufgaben, die das Jugendalter begleiten, formuliert hat, Gegenstand empirischer Untersuchungen und theoretischer Weiterentwicklungen. Durch Erikson (1991) wurde neben die Außensteuerung durch Entwicklungsaufgaben die Identitätsarbeit der Subjekte selbst als eine Eigenleistung in die Sozialisationstheorie eingeführt. Keupp (2005) hat unter Bezug auf die Theorie des Interaktionismus die Bedingungen herausgearbeitet, unter denen der Prozess der Identitätsfindung heute stattfindet. In all den genannten Modellen ist die Rolle der Medien im besten Falle marginal. Dies aber wird der heutigen Bedeutung der Medien als gleichwertiger und komplementärer Sozialisationsinstanz zu traditionellen Instanzen wie Elternhaus, Gleichaltrigen, Schule, Arbeitsplatz und Kirche nicht gerecht. Medien beeinflussen die Entwicklung wie den Alltag des Menschen in zweifacher Weise. Einerseits transportieren sie als Träger von produzierten Inhalten Wissen, Einstellungen und Werte und tragen diese an die Subjekte

heran, die sich ihrerseits diese Inhalte vor dem Hintergrund ihrer Lebenskontexte aneignen und sich in diesem Prozess für oder gegen eine Übernahme entscheiden. In diesem Sinne erfüllen Medien heute vergleichbare Aufgaben wie die traditionellen Sozialisationsinstanzen. Andererseits jedoch werden Medien von den verschiedenen Sozialisationsinstanzen selbst als Mittler genutzt, um Inhalte weiterzugeben. Medien sind Träger der Beeinflussung durch andere Menschen und Institutionen ebenso wie sie von den Menschen selbst zur Vermittlung personaler Inhalte an andere genutzt werden.

In der Folge wird entlang der Ergebnisse der aktuellen Untersuchung zur konvergenzbezogenen Medienaneignung skizziert, welche Rolle Medien und die konvergente Medienwelt im Prozess der Identitätsarbeit Heranwachsender spielen.

4.1 Identitätsbildung und Medien

Wir gehen mit Keupp davon aus, dass der Prozess der Identitätsbildung nicht mehr linear verläuft und sich nicht mehr an einheitlichen Anforderungen ausrichten kann. Besonders deutlich wird dies heute am Beispiel Arbeit. Ihr Einfluss als Sozialisationsinstanz verschwindet offensichtlich, da mit der Digitalisierung und Automatisierung der Produktionsprozesse menschliche Arbeit zunehmend verloren geht. Dies bedeutet aber nicht allein den Verlust einer Instanz, an der sich Identitätsarbeit ausrichtet, sondern zugleich den Verlust einer für alle relevanten Zielorientierung. In der Arbeitsgesellschaft, die als Ethos und deren Ethos ja weiterhin aufrecht erhalten wird, war die Ausbildung der Persönlichkeit an die erreichte Position und den damit verbundenen Status gebunden und beide orientierten sich am Beruf, der konkreten, in der Regel lebenslangen Arbeit, die ein Subjekt verrichtet. Verbunden mit dem Verschwinden produktiver menschlicher Arbeit ist eine Entgrenzung der Wertigkeit von Tätigkeiten. Diese ‚Entgrenzung‘ ehemals den Identitätsprozess prägender Institutionen trifft in gleicher Weise für die Familie (Lange 2004) und andere Sozialisationsinstanzen zu. Statt einer einheitlichen Identität, die vom Lebensumfeld nicht nur gefordert, sondern auch getragen wird, sind die Heranwachsenden heute genötigt, Identitätsmuster auszuprobieren, um die an sie gestellten unterschiedlichsten, auch widersprüchlichen Lebensanforderungen erfüllen zu können. So ist es beispielsweise dem Jugendlichen auf dem Lande kaum mehr möglich in der Dorfgemeinschaft aufzugehen. Er kann morgens noch immer als Messdiener in der Kirche wirken, widmet sich tagsüber in der Kreisstadt im Anzug seiner Banklehre, fährt in

seiner Motorradkluft zurück ins Dorf, um in der Familie Abend zu essen und wirft sich dann in seine „Punk-Klamotten“, um in der Kreisstadt im Szenelokal ‚abzuhängen‘. Dieses Bild beschreibt nur die äußere sichtbare Vielfalt der Identitäten, viel wichtiger ist, dass jede für sich mit einer unterschiedlichen Ethik, unterschiedlichen persönlichen Anforderungen und auch einer unterschiedlichen Weltanschauung verbunden sein kann bzw. ist.

Einhergehend mit dieser Entwicklung vervielfältigen sich die gesellschaftlichen Angebote, die dem Heranwachsenden für seine Identitätsbildung gemacht werden. Mit dem Pluralismus der gesellschaftlichen Vorgaben korrespondiert eine Ausbildung von Partikularidentitäten, sogenannter Bricolagen von Identitätsmustern (Levi-Strauss, zitiert nach Baacke 1992). Im Prozess der Herausbildung und Erprobung von ‚Bricolage-Identitäten‘ nehmen heute die Medien einen zentralen Stellenwert ein. Sie sind die Hauptträger der Informationen über die skizzierte Entwicklung. Der Verlust von Arbeitsplätzen beispielsweise ist eines ihrer zentralen Informationsthemen. Darüber hinaus bieten sie unterschiedliche Modelle von Lebensentwürfen an: In Ratgebersendungen des Fernsehens wird die Rekonstruktion von traditioneller Erziehung versucht, in anderen Formaten des Fernsehens wird als Dokumentationsshow das Leben im Dschungel unter steinzeitlichen Bedingungen präsentiert oder in Qualifikationsshows die Chance geboten, jenseits des verschwindenden Arbeitsmarktes eine gut dotierte Position im Showgeschäft zu erhalten, im Idealfall als Superstar. Im Internet finden sich Angebote, die die beschriebenen Lebensentwürfe vertiefend begleiten, als Zusatzmaterial der Fernsehanbieter, aber es gibt dort auch gegenteilige Angebote von Entwürfen, etwa Foren, die die Möglichkeit der Selbsttötung diskutieren und organisieren. Diese Reihung ließe sich beliebig fortsetzen und es wäre eine lohnende Aufgabe für die Jugend- wie für die Medienforschung die Musterangebote der Medien für die Identitätsbildung zu analysieren.

Jedoch, so vielfältig und dispers die Angebote der diversen Sozialisationsinstanzen und an hervorragender Stelle der Medien auch sein mögen, bleibt es doch das Ziel der Heranwachsenden eine konsistente und überdauernde Identität herauszubilden, zumindest perspektivisch und unabhängig von deren faktischer Erreichbarkeit. Die Heranwachsenden greifen hierbei selektiv auf die ihnen angebotenen Materialien zu. Die konvergenzbezogene Medienaneignung mit einer großen Zahl von vernetzten Angeboten

für die Identitätsarbeit spielt dabei heute eine wichtige Rolle, die anhand der vorliegenden Untersuchung dargestellt werden soll.

4.2 Identitätsrelevante mediale Angebote für Heranwachsende

Richten wir den Blick auf die Materialien, die von den Heranwachsenden zur Identitätsarbeit herangezogen werden, so haben diese, abhängig von Alter und Bildung, ihren Ursprung bei den Jüngeren primär in der Familie und den Älteren primär in der Gleichaltrigengruppe und bei beiden in den Medien selbst. Ausgangspunkt konvergenzbezogener Medienaneignung sind mithin personale Instanzen wie Familie und Peers bzw. die Medien selbst. Liegt der Ausgangspunkt in der Familie, so werden die Medien zugeordnet, die in der Regel auch von der Familie selbst genutzt werden, also bestimmte Fernsehsendungen, Zeitschriften etc. Dies verweist auf den Wunsch der Heranwachsenden nach Konsistenz insofern, als auf Identitätsmuster zurückgegriffen wird, die sich in der Familie ‚bewährt‘ haben und in den Medien bestärkt werden. Nach der Familie sind es bei älteren Heranwachsenden die Gleichaltrigen und neben oder mit ihnen die Medien, die als Einstieg für die eigene Identitätsarbeit gewählt werden. Auf die medialen Materialien, die hier genutzt werden, sind die Heranwachsenden entweder von der Gleichaltrigengruppe hingewiesen worden oder haben sie selbst gesucht, in jedem Fall teilen sie ihre inhaltlichen Präferenzen mit ihrer Bezugsgruppe, die auch virtuell sein kann. Die Inhaltsbereiche, denen innerhalb der Medien gefolgt wird, sind in erster Linie den dominanten massenmedialen Angeboten Unterhaltung einschließlich Musik und Sport entnommen. Entsprechend bewegen sich die Heranwachsenden bei ihrer Medienaneignung im Zirkel der medialen Unterhaltungsangebote von Protagonisten der Kunstsparten Schauspiel, Gesang und Sport über so genannte Kultfilme bis hin zu aktuellen Fernsehserien. Mediale Angebote haben hier eine unterstützende bis tragende Funktion für die Identitätsarbeit. Neben diesen vorherrschenden Formen der Medienaneignung, die sich im Hinblick auf die konvergente Medienwelt an den Medienangeboten orientieren und ihren internen Verweisstrukturen folgen, gibt es, allerdings in wenigen Fällen und bei Jugendlichen an der Schwelle zum Erwachsensein den Weg, die konvergente Medienwelt als Steinbruch zu nutzen, um daraus Bausteine für eine eigenständige und mehr oder minder selbstbestimmte Identität zu kreieren.

4.3 Interessengeleitete Identitätsarbeit in der konvergenten Medienwelt

In jedem der Fälle ist der Inhalt bzw. das Thema der Identitätsarbeit der Subjekte an ihren artikulierten und im Medienensemble verfolgten Interessen festzumachen. Wenn wir Interesse mit Schiefele und Krapp als Bezug zu und Handeln in und mit einem Gegenstandsbereich definieren, dann zeichnet es sich aus „durch eine besondere kognitive Ausprägung (im Wesentlichen hohe kognitive Komplexität), durch eine besondere emotionale Tönung (im positiven Gefühlsbereich) und durch einen besonderen Wertbezug (Selbstidentität, Identitätsrelevanz).“ (Schiefele u.a. 1983, S. 18) So lässt sich die Funktion der konvergenzbezogenen Medienaneignung für die Ausbildung der individuellen Identität vor allem aus den Interessen ableiten, die die Subjekte verfolgen, wenn sie sich in den miteinander verknüpften Medien bewegen.

Betrachten wir die Prozesse der Identitätsarbeit entlang der Interessen der Subjekte, so stellen wir fest, dass diese Arbeit in ihrer Ausprägung sehr unterschiedlich ist. Präziser gesagt, sind die Prozesse dort der Beobachtung zugänglich, wo sie mit Eigenaktivität verbunden sind. Wo also die Möglichkeiten der konvergenten Medienwelt aktiv und intensiv genutzt werden, da sind auch Wege der Identitätsarbeit am ehesten nachvollziehbar. Wenn wir nun die Mehrzahl der von uns beobachteten Kinder und Jugendlichen betrachten, so stellen wir fest, dass die in den Medien verfolgten Interessen in der Regel nicht sehr ausgeprägt sind und der beobachtbare Prozess der Interessenverfolgung meist linear verläuft und der Vielfalt möglicher Angebote und Wege kaum nachgeht. Die konvergenzbezogene Medienaneignung spielt entsprechend in der Regel weniger eine eigenständige, als vielmehr eine zusätzliche, verstärkende Rolle bei der Identitätsbildung. Die Hauptwege, in denen sie sich darstellt, werden im Folgenden skizziert.

4.3.1 Identitätsarbeit im Nachvollzug von Medienvorgaben

Ausgehend von bzw. mit Unterstützung des Elternhauses verfolgen beispielsweise Jüngere ihr Interesse an Haustieren als Partnern, in Ergänzung zu ihrem Handeln mit lebenden Tieren oder als Surrogat in den Medien für den nicht erfüllten Wunsch nach einem Tier als Lebensbegleiter. Ist die Identitätsarbeit noch stark bezogen auf die dominante Bezugsperson, so finden wir u.a. und besonders bei Jungen, dass Idole aus der Unterhaltungsbranche, die der Vater verehrt, übernommen werden. Das kann wie in

einem der vorliegenden Fälle ein karatekämpfender Schauspieler sein, der schon dem Vater als Identifikationsobjekt gedient hat. Im Fall einer Kongruenz von eigenen Vorlieben mit denen der Eltern bewegen sich diese Heranwachsenden, entweder bei den „Außengeleiteten“ oder den „Expandierenden“ zu finden, meist in den dominanten audiovisuellen Medien und folgen, wenn sie über diese hinausgehen, den Verweisen der Eltern oder der Medien selbst.

Ähnliches ist bei älteren Heranwachsenden zu beobachten, deren Interessen durch die Medien selbst, in der Regel in Übereinstimmung mit der Gleichaltrigengruppe, angeregt sind. Wenn wir ihre Wege durch die konvergente Medienwelt betrachten, so beziehen sich die Interessen hierauf Medienvorgaben des Mainstream, z. B. auf Popgruppen und deren Protagonisten, auf Hollywoodstars, auf so genannte Kultfilme wie *Star Wars* und vor allem bei den Mädchen auf Fernsehserien wie *Charmed* mit weiblichen Protagonistinnen, die Identifikation ermöglichen. Das Material, welches die Heranwachsenden in den verschiedenen Medien zusammensuchen, ist in der Regel selbstreferentiell, d.h. sie folgen den medialen Hinweisen, die ihnen zu ihren Interessen gegeben werden. Der Prozess der Identitätsbildung stellt sich hier als ein Übernahmeprozess dar, der zum einen die Einpassung in die vorherrschenden gesellschaftlichen Wertvorstellungen und zum anderen die Übereinstimmung mit der sozialen Bezugsgruppe ermöglicht. Der Funktion der Übernahme als Einpassung entsprechen die Medienvorgaben, populäre Angebote mit hoher Nutzungsquote, die leicht zu erreichen sind.

4.3.2 Identitätsarbeit durch gezieltes Suchen in Medienvorgaben

Bei der Übernahme medialer Vorgaben muss allerdings nicht die Aneignung der Inhalte dieser Vorgaben im Mittelpunkt stehen. Dort, wo die Kongruenz mit der Gleichaltrigengruppe im Vordergrund des Interesses der Heranwachsenden steht, ist die Identitätsarbeit auf die soziale Einbindung gerichtet. Zum Erfüllen dieser Aufgabe werden die von der Gruppe bevorzugten Medieninhalte herangezogen, um an der Kommunikation produktiv und konstitutiv teilzunehmen. Die medialen Inhalte bieten das kommunikative Material, das die Partizipation an der Gruppenkommunikation nicht nur ermöglicht, sondern darüber hinaus den Grad der Einbindung bestimmt. Eine möglichst weitgehende Gruppenakzeptanz wird beispielsweise durch Sach- oder Spezialwissen erreicht. So werden mediale Inhalte weit über intermediale Verweise hinaus gesucht. Diesen Weg

einer selbstständigen Nutzung der Potenzen der konvergenten Medienwelt gehen vor allem ältere Mädchen mit medientechnischer Kompetenz. Letztere ist Voraussetzung, um eigenständige Wege durch die miteinander verzahnten Medien zu gehen und beim Auffinden inhaltlich übereinstimmender medialer Vorgaben erfolgreich zu sein. Hier werden dann beispielsweise Zusatzinformationen zum realen Leben der Protagonistinnen von Serien gesucht und als bereichernde Information in das Gespräch mit den Freundinnen eingebracht. Bei Jungen findet sich dieses Vorgehen auch, aber eher gebunden an ‚männliche‘ Themen wie Sport oder Technik. So ermöglicht beispielsweise die konvergenzbezogene Suche nach allen möglichen Informationen zum Thema Motorrad eine kenntnisreiche Teilnahme an Gesprächen des Freundeskreises, der sich um dieses Gefährt herum gebildet hat. Das Sammeln und Suchen von Inhaltsangeboten dient hier primär der Positionierung innerhalb der Bezugsgruppe und der Versicherung der Zugehörigkeit zu dieser Gruppe. Allerdings, da die inhaltlichen Vorgaben von der Bezugsgruppe gesetzt werden, etwa die Teilnahme an LAN-Parties zum Spielen von Ego-Shootern wie *Counterstrike*, werden diese im Prozess der sozialen Einbettung mit übernommen. Dies kann sich dann darin ausdrücken, dass ich als Mädchen versuche, eine ebenso gute oder gar bessere Spielerin zu werden wie die Jungen meiner Gruppe. Wenngleich die Wahrnehmung nicht direkt auf die medialen Inhalte gerichtet ist und diese Mittel zum Zweck sind, werden die Medienvorgaben doch subkutan mitvermittelt.

4.3.3 Selbstbestimmte Aneignung der Medien zur Identitätsarbeit

In einigen der herausgearbeiteten Muster, wie beispielsweise bei den „Missionierenden“ und den „Integrierenden“ eignen sich die Heranwachsenden die Medienvorgaben gezielt für ihre Interessen an bzw. integrieren sie in ihre Identitätsarbeit. Auf der Basis begründeter Interessen finden sie in den Medienvorgaben das Material zur Ausformung der eigenen Identität. Die konvergente Medienwelt wird durchforstet nach Vorlagen für eine gelingende Identität, z.B. wenn das Ziel ist, als anerkannter Musiker mit neuen Kompositionen über andere herauszuragen. Insbesondere das Internet bietet hier gute Möglichkeiten, sich gezieltes und spezielles Wissen anzueignen, das zur Ausformung einer singulären Identität verwendet werden kann. Hier wird auf Material aus den Medien zurückgegriffen bzw. gezielt nach Vorgaben gesucht, die das selbst gesetzte Ziel möglichst erfolgreich verfolgen lassen.

Das Heranziehen der Medien zur Identitätsbildung ist bezogen auf die Personen nicht linear. Im Sinne der geschilderten Bricolage kann sehr wohl für die verschiedenen Aufgaben der Identitätsarbeit unterschiedliches Material in unterschiedlicher Weise aus der konvergenten Medienwelt gesammelt werden. So lässt sich die Aufgabe, eine gute Sportlerin zu werden, mit allen möglichen Informationen zur eigenen Sportart erleichtern, die Einbindung in die Gleichaltrigengruppe wird durch die Vorliebe für dieselbe Fernsehserie gesichert und Kino sowie Literatur bergen Muster für das Ideal einer eigenständigen weiblichen Persönlichkeit. An letzterem Beispiel wird deutlich, was für alle Zugänge zur konvergenten Medienwelt im Kontext der Identitätsbildung gilt. Medien lassen sich multifunktional und facettenreich nutzen. Die Bricolage-Identität findet gerade in den Medien vielfältiges Material, um die unterschiedlichen Facetten der Identität der Subjekte zu fundieren.

Bei Jugendlichen höheren Alters finden wir, allerdings nur in wenigen Fällen, auf einem höheren Bildungsniveau und unter der Voraussetzung einer klaren Zielorientierung Formen einer selbstbestimmten und zielgerichteten Nutzung der Medien, bei der diese lediglich Material und Möglichkeiten bieten, die zum Zwecke der Ausformung einer eigenen Identität erarbeitet und bearbeitet werden. Bei den „Kreativen“ werden die Medien zum Raum des Ausprobierens von Identitätsmustern bzw. einer Gesamtidentität. Die Zukunft, die schon in Umrissen vor Augen steht, wird in den Medien, hier ist wiederum vor allem das Internet geeignet, vorab gebildet. Die Identitätsperspektive wird im virtuellen Raum vorab gelebt. Dieser Raum kann ein fremdes Land sein, in dem ich später einmal leben will und das ich jetzt bereits mit Freunden, Musik, der Sprache und spezifischen Accessoires einrichte. Dieser Raum kann mein späterer Beruf sein, in dem ich auf der Basis meiner Spezialkenntnisse Karriere machen werde und den ich jetzt schon virtuell ausübe, um meine Fähigkeiten immer mehr zu verfeinern und zu verbessern. Die Angebote des Medienmarktes spielen hier allerdings nur eine periphere Rolle. Das Vorleben einer Identitätsperspektive richtet sich nicht an populären, auf das Mittelmaß zugeschnittenen Medienvorgaben aus, sondern erfordert sehr spezifische eigene Materialien, die auch selbst aus medialen Versatzstücken zusammengebaut werden. In diesen, allerdings eher singulären Fällen ermöglichen Medien das, was früher nur in Traumwelten gegeben war, zukünftiges Handeln zu antizipieren und zu erproben. Die virtuelle Welt und die reale Welt stehen hier nebeneinander, die virtuelle ist die Projektion

einer zukünftigen realen. In beiden Welten leben die Jugendlichen. Im Unterschied zur Fantasiewelt der Träume kann in der virtuellen Welt auch gehandelt, komponiert, konstruiert, kommuniziert, interagiert ... werden.

4.4 Fazit

Medien spielen, so zeigen die Ergebnisse dieser Untersuchung, für den Prozess der Identitätsbildung heutiger Heranwachsender eine zentrale Rolle. Sie bieten in vielfältiger Weise Materialien zur Herausbildung von Identitätsmustern. Mediale Inhalte erhalten durch ihre crossmediale Vermarktung und vielgestaltige Präsenz in der konvergenten Medienwelt eine besondere Valenz. Dort, wo sich die Heranwachsenden an medialen Angeboten, beispielsweise an Fernsehserien, ausrichten, erhalten sie nicht nur Material von verschiedenen Medien, sondern ihnen wird zugleich der Weg durch das Angebotsspektrum des Medienmarktes vorgegeben, was es ihnen zumindest erleichtert, diese aufzufinden. Die Serie beispielsweise, die Vorbilder eines Zusammenlebens bietet, verweist auf weitere Informationen zu den bevorzugten Protagonisten in anderen Medien. Diesen Verweisen zu folgen gibt dann Hinweise auf Persönlichkeitsstrukturen der Seriendarsteller, die wiederum Material bieten für die Ausprägung eigener Verhaltens- und Handlungsweisen. Auch bei jüngeren Heranwachsenden, die sich in ihrem Identitätsbildungsprozess an realen Bezugspersonen orientieren, lässt sich diese Orientierung durch das Teilen der medialen Vorlieben vertiefen. Das Nachverfolgen dieser Vorlieben in der konvergenten Medienwelt ermöglicht, das Repertoire gemeinsamer Kommunikationsinhalte mit den Bezugspersonen zu erweitern und zugleich die Konnotationen zu erlernen, die für die Bezugsperson damit verbunden sind, etwa die bevorzugten Normen, die in der fiktionalen Welt der Medienvorgaben zu finden sind oder herausragende Eigenschaften, die der gewählte Protagonist aufweist. Die Medienvorgaben schaffen hier einen Inhaltsskonsens zwischen den Heranwachsenden und ihren Bezugspersonen und bilden eine Basis für Kommunikation und Interaktion und damit zugleich die Versicherung der Akzeptanz durch die Bezugsperson als Voraussetzung für eine gelingende Identitätsentwicklung. Die Angebote und Möglichkeiten der konvergenten Medienwelt werden nur partiell ausgeschöpft, soweit es von den Bezugspersonen vorgegeben ist oder zur Aufrechterhaltung der Kommunikation und Interaktion vonnöten ist.

In weit größerem Ausmaß werden die Potenziale der konvergenten Medienwelt genutzt, wenn es bei älteren Jugendlichen um die Einbettung in die Gleichaltrigengruppe geht. Hier dienen die Angebote dazu, sich in der Gruppe zu verankern. Je größer das Wissen um die gemeinsamen Medienvorlieben ist, eine desto stärkere Anbindung an die Gruppe kann erreicht werden. Die hier ebenfalls gemeinsamen Inhalte der Kommunikation und Interaktion können zugleich genutzt werden als Material der Identitätsbildung bezogen auf Normen und Werte ebenso wie die Ausprägung von Charaktereigenschaften.

In produktiver Weise werden die Medien von denjenigen genutzt, die sie nicht als Vorgabe, sondern als Vorlage für ihre Identitätsarbeit gebrauchen. In Ausschöpfung der Möglichkeiten, die eine konvergente Medienwelt bietet, finden sie Material, das ihren Interessen entspricht und auch solches, das sie zur Kenntnis nehmen, aber für die Ausformung ihrer Identität nicht verwenden wollen oder können. Wenige Jugendliche gehen noch einen Schritt weiter. Sie nutzen die konvergente Medienwelt, vor allem das Internet nicht nur, um ihre Identitätsarbeit anzureichern und zu differenzieren – sie leben Identitäten im Voraus, indem sie dargebotene mediale Inhalte nicht nur als Angebot, sondern als zu verändernde Materialien ansehen und sie zu kreativem eigenständigen Handeln in virtuellen Welten gebrauchen.

Die beiden zuletzt genannten Möglichkeiten verweisen darauf, dass mediale Vorlagen im Prozess der Identitätsbildung eine durchaus konstitutive Funktion haben können. Allerdings wird im Gegensatz zu den klassischen Sozialisationsinstanzen in der konvergenten Medienwelt nicht die Richtung der Identitätsarbeit präfixiert. Voraussetzung einer produktiven Identitätsarbeit ist das Vorhandensein einer Zielrichtung bei den entsprechenden Heranwachsenden. Identitätsarbeit war schon immer eine primäre Eigenleistung der Subjekte. Ist eine klare Zielorientierung für den Identitätsprozess vorhanden, so bietet die konvergenzbezogene Medienaneignung brauchbare Möglichkeiten das Ziel auch zu erreichen.

Konvergenzbezogene Medienaneignung ist, so zeigen die vorliegenden Untersuchungsergebnisse, eine der bedeutenden Grundlagen für die Ausbildung der Identität Heranwachsender. Das gilt unbeschadet davon, ob sie zur Ausprägung konventioneller oder kreativ weiterführender Identitäten genutzt wird. Jugendforschung, die Aussagen über die heutige Jugend machen und nicht tradierte Deskriptionen

fortschreiben will, kommt nicht umhin, die Medien und hier vor allem die konvergenzbezogene Medienaneignung empirisch und theoretisch einzubeziehen.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Rechteinhabers reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme weiterverarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.