



Kongress der Schweizerischen Gesellschaft für Soziologie
« Identität und Wandel der Lebensformen »
7. - 9. September 2009, Genf

„Personale Identität im Zeitalter des digitalen Selbst“

Workshop organisiert von Olivier Voirol (Universität von Lausanne) und Kai Dröge (Universität von Lausanne)

Identität war von Anfang an ein Kernthema der Internetforschung. Angesichts der wachsenden Bedeutung, die dieses neue Medium für die sozialen Beziehungen der Gegenwart einnimmt, stellt sich die Frage nach seinen Implikationen für die Konstitution des Selbst und der personalen Identität heute mit ungebrochener Dringlichkeit. Blogs, Online-Dating-Sites, soziale Netzwerke und Online-Spiele ermöglichen Formen der Interaktion im Netz, die auch die Sozialisation und die Bedingungen der Herausbildung personaler Identität transformieren.

Für eine Soziologie der Identität werfen die interaktiven Räume des Internet, die zu einem Spiel mit multiplen, flexiblen und mehr oder weniger fiktiven Konstruktionen des eigenen Selbst einladen, vielfältige Fragen auf. Die personale Identität erweitert sich um ein Element, das in verschiedenen Studien als „digitale Identität“, „cyber self“ oder „digitales Selbst“ bezeichnet wird. Dieses „digitale Selbst“ wird durch die Gesamtheit der Erscheinungsformen eines Subjekts im Netz konstituiert, durch seine verschiedenen Profile auf unterschiedlichen Plattformen. Über diese Profile ist es möglich, mit anderen, häufig unbekanntem und anonymen Nutzerinnen und Nutzern zu interagieren – allerdings in der spezifischen Form der „Telepräsenz“, d.h. insbesondere in Abwesenheit des Körpers.

Wie lässt sich diese Erweiterung der Identität um ein „digitales Selbst“ genauer verstehen? Wie ist das Verhältnis zwischen den Selbstkonstruktionen im Internet und jener Identität, die im Hier und Jetzt und im eigenen Körper lebt? Aus welcher soziologischen Perspektive heraus kann dieses Verhältnis adäquat beschrieben werden? In Anbetracht der wachsenden Bedeutung der Online-Kommunikation für den Prozess der Sozialisation und für die Herausbildung der personalen Identität erscheint es angebracht, die soziologische Forschung zu diesen Fragen zu intensivieren. Die bisherigen Analysen und Reflexionen über diese Umbrüche bleiben in verschiedener Hinsicht unbefriedigend, obwohl vielfältige theoretische Perspektiven entwickelt wurden.

Eine erste wichtige Perspektive geht von der Herausbildung eines „postmodernen Selbst“ aus, das in den virtuellen Interaktionsräumen des Internet seine bevorzugte Spielwiese findet: Multiple

Charaktere können entworfen, die Biographie neu geschrieben, Alter und Geschlecht variiert und der eigene Avatar mit beliebigen körperlichen Merkmalen ausgestattet werden (vgl. klassisch dazu Turkle 1996; Allard & Vandenberghe 2003).

Die zweite Perspektive deutet diese Entwicklungen eher als eine Tendenz zum „Narzissmus“, die Teil einer allgemeinen Kultur der Entblößung und Zurschaustellung des Selbst ist, in der die Grenzen zwischen Intimbereich und Öffentlichkeit sich beständig verschieben (Tisseron 2006; Rosen 2007).

Die dritte Perspektive legt den Schwerpunkt auf die Unterscheidung verschiedener Selbstdarstellungsmodi im Internet. Dabei wird davon ausgegangen, dass Blogs, soziale Netzwerke (Facebook, Xing, MySpace), Online-Dating-Sites (Meetic u.a.), Video- und Fotonetzwerke (YouTube, Flickr) sowie gemeinschaftliche Online-Spiele (Second Life, World of Warcraft, etc.) jeweils unterschiedliche Präsentations- und Handlungsformen verlangen (Cardon 2008; Ellison, Gibbs & Heino 2006).

Diese verschiedenen Ansätze haben reichhaltiges und differenziertes Material hervorgebracht, sind aber durch eine gewisse begriffliche Unklarheit gekennzeichnet. Dies gilt insbesondere für die Frage, mit welchem theoretischen Modell von Identität man die neuen Formen der Selbstproduktion im Internet und die Relationen zwischen „digitalem Selbst“ und personeller Identität eigentlich sinnvoll analysieren sollte. In diesem Zusammenhang hat sich der Workshop zum Ziel gesetzt, eine intersubjektive Identitätskonzeption, wie man sie u.a. im Werk von George Herbert Mead (2006) findet, auf ihre Eignung für diese Analysen zu prüfen.

Wenn man ernst nimmt, dass Interaktivität ein zentrales Kennzeichen des neuen Mediums ist, so bekommt die intersubjektive Dimension eine zentrale Bedeutung: Denn die Gestalt des „digitalen Selbst“ hängt dann konstitutiv von den Interaktionen mit den anderen Akteuren im virtuellen Raum ab. Weder die oben skizzierte Narzissmushese noch die postmodernen Konzepte der Selbstproduktion im Netz tragen dieser Tatsache ausreichend Rechnung. Folgt man dagegen der pragmatistischen und interaktionistischen Perspektive von Mead, wonach die Entwicklung des Selbst untrennbar mit den reziproken Handlungen der anderen Interaktionspartner verknüpft ist – sei es auf der primären (*significant other*) oder der sekundären Ebene (*generalized other*) –, dann eröffnet sich damit ein weites Feld der Reflexion und der Analyse zur Konstruktion des Selbst im Zeitalter der Sozialisation im Netz. Zwei grundsätzliche Fragen stehen dabei im Zentrum:

- a) Wie beeinflussen die verschiedenen Formen intersubjektiver Beziehungen im Netz die digitalen Selbstentwürfe der Akteure?
- b) Wie lässt sich das Verhältnis zwischen diesen digitalen Selbstentwürfen und der personalen Identität genauer verstehen?

Im Hinblick auf die zuerst genannte Frage (a) könnte man zwei Modelle unterscheiden: Das erste geht von der Hypothese aus, dass sich im Internet auch ohne körperliche Kopräsenz Formen der intersubjektiven Anerkennung herausbilden, die durch eine wechselseitige Wertschätzung der jeweiligen Beiträge (Texte, Bilder, Videos, Kommentare, etc.) gekennzeichnet sind. Wie entwickeln sich solche Anerkennungsbeziehungen und welchen Beitrag leisten sie zur Konstitution des „digitalen Selbst“? Wie wirken sie sich auf das Verhältnis zwischen „digitalem Selbst“ und personaler Identität aus?

Das zweite Modell geht von der diametral entgegengesetzten Hypothese aus, dass das Internet eher als eine „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ (Franck 1998) zu beschreiben ist, in der das „digitale Selbst“ die Gestalt eines strategisch handelnden „Marketingcharakters“ (Fromm 1982) annimmt, der den Imperativen des „unternehmerischen Selbst“ (Bröckling 2007) folgt. Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die personale Identitätsentwicklung?

Im Anschluss an die zweite oben aufgeworfene Frage (b) ließe sich untersuchen, ob das „digitale Selbst“ eher als ein „interface“ zu denken ist, oder als ein Interaktionspartner oder als eine bildhafte, mehr oder weniger reale Erweiterung des eigenen Selbst. Desweiteren kann vermutet werden, dass sich verschiedene Ebenen der Involviertheit der Subjekte mit ihrem „digitalen Selbst“ unterscheiden lassen (intensiv, spielerisch, distanziert, u.ä.), die wiederum Auswirkungen haben für die Identitätsrelevanz des „digitalen Selbst“.

Vor diesem Hintergrund sollen in dem Workshop sowohl empirische als auch theoretische Beiträge Platz finden, die identitätsrelevante Praktiken im Internet in den Blick nehmen.

Literatur

- Allard L., Vandenberghe F., 2003: « Express yourself ! Les pages perso entre légitimation techno-politique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer », in *Réseaux*, n°117, 191-218.
- Bröckling, Ulrich, 2007: Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- Cardon, Dominique, 2008 : « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », in *Réseaux*, n°152, 93-137.
- Ellison, N.B, Gibbs, J. L., Heino, R.D, 2006: "Self-presentation in online personals", in *Communication Research*, Vol.33, n°2.
- Mead, George Herbert, 2006 : L'esprit, le soi et la société. Paris, PUF.
- Franck, Georg, 1998: Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München: Hanser.
- Fromm, Erich, 1982: Psychoanalyse und Ethik. Bausteine zu einer humanistischen Charakterologie. Stuttgart, Deutsche Verlags-Anstalt.
- Rosen, Christine, 2007: "Virtual Friendship and the New Narcissism", in *The New Atlantis*, n°17,15-31.
- Tisseron, Serge, 2006: « Les nouveaux enjeux du narcissisme », in *Adolescence*, n°57, 603-612.
- Turkle, Sherry, 1996: Life on the screen. Identity in the age of the internet. London, Weidenfeld & Nicolson.

Beiträge können bis zum 30. April 2009 den Workshopveranstaltern zugeschickt werden. Um einen Beitrag einzureichen, bitten wir Sie das Dokument ‚Beitrag_Workshop_SGS09.doc‘ (auf www.socio09.org erhältlich) auszufüllen (maximal 250 Wörter). Beiträge können auf Deutsch, Französisch oder Englisch geschrieben werden. Die Veranstalter des Workshops werden vor dem 15. Mai 2009 über die Annahme der Vorschläge informieren.

Universität de Lausanne – Fac. des SSP
Institut de sociologie des communications de masse (ISCM)
1015 Lausanne – CH

Olivier Voirol, MA
Olivier.Voirol@unil.ch

Kai Dröge, chercheur FNS
Kai.Droge@unil.ch