SSOAR

Open Access Repository
www.ssoar.info

Identitätsvermittlungen im Internet

Misoch, Sabina

Veröffentlichungsversion / Published Version
Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Misoch, S. (2006). Identitätsvermittlungen im Internet. In K.-S. Rehberg (Hrsg.), *Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede: Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München. Teilbd. 1 und 2* (S. 4760-4768). Frankfurt am Main: Campus Verl. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-141744

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.
Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:
This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.
By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

gesis
Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

Mitglied der
Leibniz-Gemeinschaft

Identitätsvermittlungen im Internet

Sabina Misoch

1. Einführung

Identität ist nicht nur etwas, das man hat, sondern auch etwas, das den anderen gegenüber – den potentiellen Interaktionspartnern – in und durch Kommunikationen vermittelt wird und vermittelt werden muss, damit diese sozial wirksam werden kann. Dieses Kommunizieren der eigenen Identität kann auch als *Selbstdarstellung* bezeichnet werden und Vorgänge der Präsentation des eigenen Selbst sind allen alltäglichen sozialen Prozessen inhärent. Sie können unbewusstes Element der Kommunikation sein – denn auch wenn keine bewussten Darstellungsabsichten vorliegen, beinhalten alle sozialen Situationen Darstellungen des Selbst – oder können in Form von bewussten Selbstinszenierungen in den kommunikativen Prozess integriert werden.

Betrachtet man spätmoderne Gesellschaften, so kann festgestellt werden, dass Selbstdarstellungsprozesse zu deren zentralen Kennzeichen gehören. Waren in vormodernen Gesellschaften Identitäten sozial eingebettet und nur in einem gewissen Maße selbst zu bestimmen, so hat sich dies im Zuge der Modernisierung von Gesellschaften geändert: Das eigene Selbst wurde zunehmend aus kollektiven Bindungen herausgelöst und individualisiert. Solange Individuen in ein relativ festes gesellschaftliches System eingebunden sind, entfällt die Notwendigkeit, sich selbst darzustellen. Erst durch die Freisetzung der Individuen und die Optionalität von Identitäten, erst durch die Kontingenz und Wählbarkeit der Lebenswege entsteht die Notwendigkeit, das eigene Selbst, das heißt die identitätsbezogenen Entscheidungen, nach außen hin zu verdeutlichen. Doch nicht nur Identitäten sind optional geworden, auch die gesellschaftlichen Strukturen verlieren zunehmend an normativer und integrierender Kraft: So müssen Identitäten gerade in hoch transformativen Gesellschaften, die durch Prozesse der radikalen Pluralisierung, Entbettung, Beschleunigung, der Zunahme an Kontingenzerfahrungen, Fragmentierung, usw. gekennzeichnet sind (z.B. Beck 1986; Gleick 2000; Gross 1994; Sennett 2000), dezi-

diert dargestellt und nach außen hin verdeutlicht werden, um auch unter diesen Vorzeichen soziale Orientierung zu ermöglichen.[1]

2. Selbstdarstellung im VR – Simulationspotential – Forschungsfrage

Neben den genannten Transformationsmerkmalen zeichnen sich spätmoderne Gegenwartsgesellschaften durch eine zunehmende Relevanz *virtueller Räume* aus. Dies gilt nicht nur für den Bereich der Ökonomie, sondern auch soziale Prozesse verlagern sich zunehmend in den Bereich des Virtuellen hinein und ersetzen oder ergänzen damit Vorgänge im realweltlichen Kontext. Durch die verstärkte Implementierung und gesellschaftliche Akzeptanz Neuer Medien (zum Beispiel dem Internet) nimmt der Stellenwert mediierter Kommunikationen zu. Vor allem das Internet kann auf Grund seiner Nutzungsintensität inzwischen als alltagsrelevantes Medium bezeichnet werden (siehe Abb. 1).

Soziale Austauschsituationen können im Internet mittels verschiedener Dienste und Anwendungen stattfinden, zum Beispiel per Mail, in Chat-Räumen oder innerhalb von MUDs (Multi User Dungeons). Grundlegendes Kennzeichen aller Prozesse mittels Computervermittlung ist deren Entkörperlichung, die Kanalreduziertheit der Kommunikation, die Möglichkeit der Anonymität der Kommunikanden und der Vermittlungscharakter der Situation. Diese Vermittlung generiert mediale Restriktionen, die dazu führen, dass im Virtuellen alle Inhalte (die eigene Identität, Verbales usw.) dezidiert durch Zeichen ausgedrückt werden müssen; es gibt – um mit Goffman zu sprechen – nur »cues given« und keine »cues given off«.

Durch diesen Umstand entsteht eine dialektische Situation, da es zum einen seitens des Darstellenden zu einen *Hinzugewinn an Kontrolle* und zugleich seitens des Rezipienten zu einem *Verlust an Kontrolle* über den Darstellungsinhalt und dessen

1 Der These postmoderner Theoretiker vom Verschwinden der Identität bzw. deren Implodierung und Fragmentierung wird im vorliegenden Beitrag nicht nachgegangen. In der 2003 durchgeführten Online-Studie zur Ermittlung der Selbstdarstellungspraxis wurde jedoch versucht zu ermitteln, ob die dargestellten Selbste im WWW als multipel – im Sinne der postmodernen Theoretiker – oder als flexibel oder stabil beschrieben werden können. So weit solche internen Strukturmerkmale von Identität überhaupt mittels nicht-tiefenpsychologisch orientierten Befragungen erhoben werden können, stellte sich heraus, dass die Mehrzahl der Probanden ihr Selbstgefühl als flexibel (56%) oder stabil (36%) beschrieben. Gefühle der Multiplizität oder Fragmentierung der eignen Identität konnten nur marginal nachgewiesen werden (8%). Siehe hierzu ausführlich Misoch 2004a, S. 184–190.

Wahrheitsgehalt kommt. Fungieren im Realen der Körper und die von diesem bewusst und unbewusst gesendeten Zeichen als eventuelle Authentizitätsgaranten,

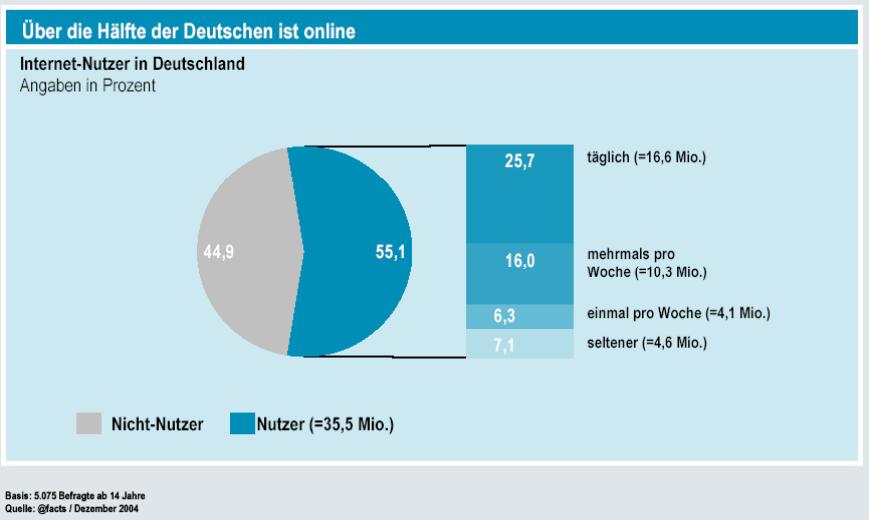

Abbildung 1: Nutzung des Internet; Stand Dezember 2004.

(Quelle: @facts; verfügbar über http://www.atfacts.de/)

so entfällt dies im Virtuellen. Durch den Vermittlungscharakter entsteht hier die Möglichkeit, das eigene Selbst kontrolliert, konstruiert und elaboriert darzustellen sowie gegebenenfalls eine völlig andere Identität auszuleben.

Auf Grund dieses *Simulationspotentials*, das allen Darstellungsprozessen im Virtuellen inhärent ist, wird von verschiedenen Autoren theoretisch abgeleitet, dass sich Individuen im Netz nicht so darstellen, wie sie »wirklich« sind, sondern dass virtuelle Selbste entworfen würden, die nicht dem realen Selbst entsprächen. Das Netz würde somit als Spielwiese fungieren, auf welcher jeder nach Gutdünken eine Identität annehmen oder sich neu erfinden könne (Rheingold 1996; Becker 1997; Opaschowski 1999; Wallace 1999).

Abbildung 2: Simulationspotential im Internet.

(Quelle: Peter Steiner; in: The New Yorker July 5/1993, page 61)

3. Studie: Design, Sampling

Um zu prüfen, ob diese These der realen Selbstdarstellungspraxis der Individuen im Netz entspricht, wurde im Frühjahr 2003 eine *Online-Erhebung* durchgeführt. Geprüft werden sollte an einem Teilbereich des Internet wie sich Individuen vermitteln und ob die Darstellungen als Identitätssimulationen oder als authentische Darstellungen des realen Selbst beschrieben werden können. Hierzu wurden aus dem heterogenen Feld der Internet-Kommunikationen die privaten WWW-Seiten als Untersuchungsraum ausgewählt. Diese wurden gewählt, weil sie zum einen den Basisbedingungen computervermittelter Kommunikation und damit auch dem Simulati-

onspotential unterliegen und zum anderen, weil sie ideale Bühnen darstellen, um Identitäten im Netz zu präsentieren.

Diese von Privatpersonen betriebenen Webseiten werden als private Homepages bezeichnet. Eine *private Homepage* kann definiert werden als die gesamte Web-Präsenz, die unter einer URL lokalisierbar ist, die – ausgehend von der Reichweite – theoretisch ein disperses Massenpublikum erreichen kann, die – ausgehend vom Sendestatus – einer oder mehreren Privatpersonen zugeordnet werden kann und die – ausgehend vom Inhalt des Gesendeten – ausschließlich privater Natur ist und Informationen zur Person, Interessen, Hobbys, sozialen Beziehungen usw. der Inhaber liefert. Eine private Homepage enthält vor allem privat-biographische Inhalte, die (multi-)medial vermittelt werden (können). Die Betreiber privater Homepages verfolgen keine kommerziellen Interessen und ihre Seiten lassen sich gegenüber Web-Logs und privaten themenbezogenen oder personenbezogenen Seiten nicht privater Ausrichtung, wie zum Beispiel in einem institutionellen Kontext, sowie gegenüber kommerziell ausgerichteten Seiten abgrenzen.

3.1 Sampling

Die der Stichprobenziehung der Studie zugrundeliegende Grundgesamtheit waren alle Inhaber/innen deutschsprachiger privater Homepages. Eine numerisch genaue Bestimmung dieser Grundgesamtheit ist nicht möglich, da zum einen kein zentrales Register existiert, in welchem alle privaten Homepages verzeichnet sind und zum anderen, weil es sich bei Web-Sites um ein hochgradig transitorisches Medium handelt: jeden Tag werden neue Homepages ins Netz gestellt und andere werden entfernt. Will man erste Schätzwerte zur Anzahl privater Webseiten in Deutschland bekommen, so kann man von mindestens einer Million bis hin zu vier Millionen privater Homepages ausgehen (Misoch 2004a); bezogen auf die Nutzer des Internet sind dies ca. drei bis elf Prozent und bezogen auf die Gesamtbevölkerung ca. ein bis fünf Prozent, die allein in Deutschland bereits über eine eigene private Webpage verfügen.

Da die Grundgesamtheit der Inhaber/innen privater Homepages unbekannt ist und auch deren Merkmale bisher ungenügend empirisch erforscht sind, wurde als Untersuchungsmethode das Vorgehen mittels *zufallsgenerierter Teilstichprobe* gewählt. Diese sollte im Hinblick auf ihren Aussagegehalt möglichst »repräsentativ« sein, das heißt es sollte eine möglichst unverzerrte Abbildung der Grundgesamtheit aller Inhaber/innen durch die Stichprobe geleistet werden. Um dieses zu erreichen, wurden die Stichprobenelemente per kontrollierte Wahrscheinlichkeitsauswahl (random sample) gezogen. Das Vorgehen hierfür erfolgte anhand von Suchmaschinenergebnislisten bzw. durch eine stichwortbasierte Suche mittels Suchmaschinen (*Querying*).

Es wird davon ausgegangen, dass andere Auffindestrategien – wie zum Beispiel Adressverzeichnisse oder Providerlisten mit privaten Homepages – zu starken Verzerrungseffekten führen, da sich die Inhaber bei (den meisten) Adressverzeichnissen aktiv eintragen lassen müssen und bei Providerlisten durch die mittels Provider angebotene Software zur Homepage-Erstellung Probleme der Proportionalität und Repräsentativität entstehen. Das Vorgehen mittels Querying wird – unter Berücksichtigung der Suchmaschinenrankingstrategien (hierzu siehe Patzwaldt 2002) und deren Trefferqualität – als am geringsten selektierend angesehen.

Es wurden für die vorliegende Studie n = 400 Stichprobenelemente per Querying gezogen. Die Probanden der Stichprobe wurden anhand eines Online-Fragebogens unter anderem zu ihrer Selbstdarstellungspraxis auf ihrer Web-Site befragt. Es wurde hierbei mehrdimensional und zum Teil anhand indirekter Fragen der Authentizitätsgehalt[2] des Kommunizierten ermittelt, da davon auszugehen ist, dass auch bei Online-Befragungen Effekte des social desirability eintreten; – zumal wenn sich die Befragung mit dem Thema der Authentizität auseinandersetzt, welche in unserem Kulturkreis positiv bewertet wird und sozial positiv sanktioniert wird (ausführlich hierzu Misoch 2004a). Nach Beendigung der Erhebungsphase konnten 88 auswertefähige Bögen verzeichnet werden; dies entspricht einer Ausschöpfungsquote von 22 Prozent.

4. Ergebnisse

Die Auswertung des Datenmaterials zeigte mit großer Deutlichkeit, dass das der computervermittelten Kommunikation inhärente Simulationspotential von Betreibern privater Homepages kaum genutzt wird. Die Selbstdarstellungen auf privaten Homepages können im Allgemeinen als Extensionen des Realselbst (nach Rogers 1991) und *nicht* als Identitätsexperimente oder virtuelle Selbstentwürfe beschrieben werden. Es konnten folgende Selbstdarstellungsmodi ermittelt werden: [3]

– Ca. 85 Prozent der befragten Probanden stellen sich auf ihrer Homepage authentischdar;

---

2 Authentizität bedeutet dem Wortsinn nach die Echtheit eines Phänomens. Als authentisch werden Selbstpräsentationen auf Homepages bezeichnet, wenn der Darsteller zum Ziel hat, seine reale (offline) Identität in den virtuellen Raum zu transferieren und die virtuelle Identität auf der Webpage als Extension bzw. Rekonstruktion der realen Identität fungiert.

3 Nach Selbstaussagen stellen sich 92% der Befragten auf ihrer Website authentisch dar. Durch Mehrfachabfragen dieses Modus' im Fragebogen und indirekter Ermittlung der Authentizitätsbereitschaft der Probanden ergab sich ein korrigierter Wert von ca. 85% (siehe Misoch 2004a: 203f.).

– ca. 15 Prozent stellen ein vom Realselbst abweichendes Selbst auf ihrer Website dar und nutzen damit das Simulationspotential.

Die erwähnte These der *Identitätssimulation* kann damit, zumindest für den Bereich der privaten Homepages, deutlich zurückgewiesen werden. Es zeigt sich, dass die Vermutung, computervermittelte Kommunikation trage nicht nur dazu bei, dass die Räume der Kommunikation sondern auch deren *Inhalte* virtuell würden, nicht bestätigt werden kann. Das Netz kann demnach nicht verallgemeinernd als Ort der Identitätsspiele oder der Simulation bezeichnet werden, zumal bei einem amorphen Phänomen wie dem Internet hinsichtlich der verschiedenen Kommunikationsräume differenziert werden sollte, da diese jeweils unterschiedliche soziale Praktiken generieren.

Private Homepages dienen, wie anhand der Daten belegt werden konnte, vornehmlich der *authentischen Identitätsvermittlung* und stellen demnach im amorphen Internet einen Raum der »wahrheitsgetreuen« Kommunikation dar, in welchem sich die Individuen analog zum »real life« präsentieren.

Betrachtet man nun jene ca. 15 Prozent der Probanden näher, die sich nicht authentisch darstellen, so zeigten sich korrelative Zusammenhänge[4] zwischen diesem Modus und bestimmten subjektiven Empfindungen und personenbezogenen Merkmalen.

So konnten Zusammenhänge festgestellt werden zwischen Identitätsexperimenten und

– einem Alter ≤ 25 Jahren;
– Gefühlen mangelnder sozialer Integration;
– Einsamkeit;
– fehlender Anerkennung/Beachtung;
– und häufigen Gefühlen der Macht- und Einflusslosigkeit.

Es kann auf Grund dieser signifikanten Korrelationen geschlossen werden, dass das Darstellen virtueller Selbste das heißt das Ausleben des Simulationspotentials – zumindest auf privaten Homepages – zum einen eventuell als *jugendliches Probehandeln* interpretiert werden kann, wenn das nicht-authentische Darstellen vermehrt bei Probanden, die jünger als 25 Jahre alt sind, vorzufinden ist (Misoch 2004b). Zum anderen scheint dieser Verhaltensmodus mit bestimmten *Gefühlsdimensionen* in Zusammenhang zu stehen, so dass auf Grund der Ergebnisse vermutet werden kann, dass Individuen, die sich in ihrem Offline-Alltag häufig einsam, verkannt, zu wenig beachtet oder machtlos fühlen und die sich tendenziell als sozial desintegriert em-

4 Ausführlich hierzu siehe Misoch 2004a.

pfinden, mit einer höheren Wahrscheinlichkeit ein nicht ihrem Realselbst entsprechendes Selbst auf ihrer Web-Site präsentieren.

Wenn das Ausleben des Simulationspotentials im Kontext bestimmter Persönlichkeitsmerkmale zu stehen scheint, wie ist dann der hohe Wert von ca. 85 Prozent authentischer Darstellungen zu interpretieren, wenn sich hier keine Korrelationen zu Personenmerkmalen aufzeigen lassen?

Dass sich Individuen auf ihren Homepages analog zum real life darstellen – obwohl sie die unkomplizierte Möglichkeit der Simulation haben – zeigt meines Erachtens zum einen, dass ein Bedürfnis nach authentischer Kommunikation des Selbst im Internet vorzuliegen scheint. Da sich zwischen diesem Modus und anderen Merkmalen der Probanden – wie sich anhand durchgeführter Analysen zeigte – keine signifikanten Korrelationen nachweisen ließen, können individuelle Dispositionen, die in der Persönlichkeit der Probanden begründet sind, hierfür als Ursache eher ausgeschlossen werden. So wird vermutet, dass authentische Identitätsvermittlungen auf privaten Homepages im Kontext gesellschaftlicher Zusammenhänge und der Strukturmerkmale des Internet zu interpretieren sind.

Betrachtet man die Darstellungsauthentizität vor dem Hintergrund der zentralen Alltagserfahrungen der Individuen in der Postmoderne – die unter anderem als Pluralisierung, Entbettung, permanente Transformation und Fragmentierung beschrieben werden können –, so kann vermutet werden, dass das Darstellen des Realselbst – trotz vorhandenen Simulationspotentials – im Kontext dieser gesellschaftlichen Bedingungen interpretiert werden kann. So könnte die Darstellungsauthentizität auf Web-Sites zweierlei Funktionen erfüllen: (1) Zum einen ermöglicht die Darstellung des Realselbst auf der Homepage eine *Einbettung* der Identität im kontingenten Raum des Internets und generiert damit einen *Rahmen*[5] im Virtuellen für soziales, im konkreten Fall authentisches Handeln. (2) Zum anderen kann durch die authentische Selbstvermittlung die dem Simulationspotential unterliegende Netz-Kommunikation innerhalb des Netzes, quasi »örtlich begrenzt«, abgesichert werden. Durch die soziale Praktik der mehrheitlich authentisch erfolgenden Selbstdarstellungen auf privaten Homepages wird ein Glaubwürdigkeitsraum konstruiert: Homepages fungieren demnach als Rahmen für authentische Selbstdarstellungen und Kommunikationen und werden damit zum Refugium glaubwürdiger Kommunikation innerhalb des Cyberspace.

5 Zum Begriff des Rahmens siehe Bateson und Goffman (im Literaturverzeichnis).

Literatur

Bateson, Gregory (1972), »A Theory of Play and Fantasy«, in: ders. (Hg.), *Steps to an Ecology of Mind*, New York, S. 177–193.

Beck, Ulrich (1986), *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*, Frankfurt a.M.

Becker, Barbara (1997), »Virtuelle Identitäten: Die Technik, das Subjekt und das Imaginäre«, in: Becker, Barbara/Paetau, Michael (Hg.): *Virtualisierung des Sozialen. Die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung*, Frankfurt a.M., S. 163–184.

Gleick, John (1999), *Faster. The Acceleration of Just About Everything*, New York.

Goffman, Erving (2001), *Wir alle spielen Theater*, München.

Goffman, Erving (2000*), Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*, Frankfurt a.M.

Gross, Peter (1994), *Die Multioptionsgesellschaft*, Frankfurt a.M.

Hahn, Alois/Willems, Herbert (1998), »Zivilisation, Modernität, Theatralität: Identitäten und Identitätsdarstellungen«; in: Willems, Herbert /Jurga, Martin (Hg.), *Inszenierungsgesellschaft*, Opladen, S. 193–213.

Hettlage, Robert (2000), »Identitäten im Umbruch. Selbstvergewisserungen auf alten und neuen Bühnen«, in: Hettlage, Robert/Vogt, Ludgera (Hg.), *Identitäten in der modernen Welt*, Opladen, S. 9–51.

Misoch, Sabina (2004a), *Identitäten im Internet. Zur Selbstdarstellung auf privaten Homepages*, Konstanz.

Misoch, Sabina (2004b), »Selbstdarstellungen Jugendlicher auf privaten Homepages«, *merz* 2004/5, S. 43–47.

Mummendey, Hans-Dieter (1995), *Psychologie der Selbstdarstellung*, Göttingen.

Opaschowski, Horst W. (1999), *Generation@. Die Medienrevolution entlässt ihre Kinder: Leben im Informationszeitalter*, Hamburg/Ostfildern.

Patzwaldt, Klaus (2002), http://www.at-web.de/suchmaschinen/index.htm (20.09.2005).

Rheingold, Howard (1996), *Virtuelle Welten*, Reinbek.

Rogers, Carl R. (1991), *Entwicklung der Persönlichkeit*, Stuttgart.

Sennett, Richard (2000), *Der flexible Mensch. Die Kultur des neuen Kapitalismus*, Berlin.

Turkle, Sherry (1998/1995), *Leben im Netz. Identität im Zeitalter des Internet*, Reinbek (orig. »Life on the Screen«).

Wallace, Patricia M. (1999), *The Psychology of Internet*, New York.