

MASSENHAFTE WUTANFÄLLE IM INTERNET ODER KANN DER SHITSTORM JEDEN TREFFEN?

CHRISTIAN STEGBAUER

Christian Stegbauer ist außerplanmäßiger Professor für Soziologie mit dem Schwerpunkt Netzwerksoziologie an der Goethe-Universität Frankfurt. Er forscht zurzeit zur Herausbildung von Mikrokulturen innerhalb von Beziehungsstrukturen. Wie dies geschieht, wird an alltäglichem Verhalten im Buch „Grundlagen der Netzwerkforschung: Situationen, Mikronetzwerke und Kultur“ dargelegt. Seine aktuelle Publikation „Shitstorms: Der Zusammenprall digitaler Kulturen“ wendet die Erkenntnisse an und zeigt, welches die Bedingungen der Entstehung von Shitstorms sind.

Im Grunde kann man ziemlich viel falsch machen, auch wenn es noch so gut gemeint sein mag. Wenn sich ein Teil der Internetuser auf den Schlips getreten fühlt, kann das Auswirkungen haben und zu Protesten führen. Kein Tag vergeht ohne Shitstorms im Internet, ohne dass es zur Verbreitung von Hass und wilden Beschimpfungen kommt. Besonders erregbar sind dabei solche Personen, die Ideologien folgen. Ideologie ist immer dann notwendig, wenn eine Kultur noch nicht gefestigt ist (Swidler, 1986) und wenn ein Personenkreis meint, seine Einstellung sei die einzig richtige. Aus diesem Grunde gehören diejenigen, die eine andere Weltsicht haben, überzeugt und bekämpft.

Sich massiven und schnellen Angriffen von Außenstehenden ausgesetzt zu sehen, das ist ein Phänomen, welches in der heutigen Form erst durch die Digitalisierung ermöglicht wurde. Insbesondere die sozialen Medien wie Facebook oder Twitter sind eine Voraussetzung dafür, denn diese ermöglichen die Verbindung vieler Personen auch über geographische Entfernungen hinweg.

Was kann man falsch machen?

Wenn einen ein Shitstorm trifft: Was hat man falsch gemacht? Es wurde möglicherweise nicht bedacht, dass sich im Internet (und außerhalb) viele Gruppen mit bestimmten Eigenheiten tummeln. Wenn diese Gruppen eigene Weltsichten und Verhaltensweisen erzeugen, dann entstehen eigene Kulturen. In der Soziologie bezeichnet man dies als Mikrokulturen (Fine, 1979), die in relativ abgeschlossenen Bereichen des sozialen Web entstehen. Solche Kulturen besitzen dann besonderes Shitstormpotential, wenn die Meinungen ideologisch und moralisch aufgeladen sind. Durch den kulturellen Wandel werden auch Dinge anstößig, die das lange Zeit noch nicht waren. Als beson-

ders tadelnswert angesehen werden Verfehlungen von Prominenten, Unternehmen oder Institutionen, die eigentlich Vorbilder sein sollten. Da im Zuge der Digitalisierung neue Medien der Erreich- und Sichtbarkeit entwickelt wurden, können nun auch die bislang Machtlosen in diesen Kreisen kollektiv die Meinung sagen.

Kulturen bauen sich ihr eigenes Weltbild

Damit solche Wut-Reaktionen entstehen, bedarf es zunächst einer Skandalisierung. Danach folgt als Reaktion eine Masse an Beschwerden. Es entsteht ein Shitstorm, mit dem Beleidigungen, Verunglimpfungen und Bedrohungen verbunden sind. Die Angreifenden fühlen sich im Recht. Sie wissen das genau, denn praktisch alle anderen, mit denen sie über das Thema in ihren relativ abgeschlossenen Internetforen in Kontakt stehen, sind sich diesbezüglich mit ihnen völlig einig. Das liegt daran, dass sie sich im Internet und auch außerhalb in Meinungsblasen mit geringer Diversität bewegen. „Freunde“ mit anderer Meinung werden auf der privaten Profilseite ausgeblendet und anders Meinende „entfreundet“.

Das Kulturelle besteht nicht nur in einem einzigen Punkt: Wenn sich beispielsweise jemand auf einem Forum über Veganismus informieren will, so kommt er dort auch mit anderen zur Ideologie zugehörigen Bereichen dieser Spezialkultur in Kontakt. Neben Ernährungsfragen wird Kritik an Jägern, Landwirten und unverantwortlichen Fleischessern geübt. In ähnlicher Weise gilt das für den rechten politischen Rand: Hier will man ebenfalls die Gesellschaft verändern. Die Entwicklung einer Kultur funktioniert dort in etwa so: Praktisch alle Meldungen dienen der Anklage von Asylsuchenden, Ausländerinnen und Ausländern und denjenigen, die anderer Meinung sind. In solchen Foren geht es fast ausschließlich darum, die Fremden an den Pranger zu stellen. Das passiert etwa dadurch, dass jedes Vergehen gesammelt und zur Abwertung der ganzen Gruppe gebraucht wird. In einer solchen Mikrokultur entwickelt sich eine spezielle Weltwahrnehmung. Selbst wenn es einmal eine positive Meldung über eine Asylsuchende oder einen Asylsuchenden in das Forum geschafft hat, dann kommt es zu einer Anpassung an das eigene Weltbild. Ein Zeitungsartikel darüber, dass eine Asylbewerberin oder ein Asylbewerber ein Portemonnaie findet und bei der Polizei abgibt, kann aus dieser Perspektive nicht wahr sein, was dazu führt, dass der Inhalt des Artikels umgewertet wird. Hieraus ergibt sich, dass ein solcher Bericht nicht korrekt sein kann, es muss sich um eine Fälschung handeln, der von der „Lügenpresse“ lanciert wurde (Stegbauer, 2018).

Diversität wird nicht erlaubt

Ein differenzierteres Weltbild, welches komplexen Phänomenen mit einer Diskussion unterschiedlicher Perspektiven begegnet, hat in einem solchen Umkreis keine Chance: Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit abweichenden Haltungen können sich in solchen Foren nur schwer behaupten oder sie werden sehr häufig ausgeschlossen. Oft wird sogar öffentlich mit Rauswurf bei nichtkonformer Meinung gedroht. Wenn das explizit erfolgt, dürfte das in politischen Zielsetzungen der Beteiligten begründet sein; es gibt hierfür aber auch eine soziale Regel, die Homophilie: Die Leute gesellen sich eher zu solchen, die ihnen selbst ähnlich sind und die den gleichen Werten anhängen.

Was für Foren gilt, stimmt auch für die eigenen Profelseiten der meisten Teilnehmenden an sozialen Medien (besonders aber von Facebook): die Menschen kommen vor allem mit den Äußerungen ihres engeren Freundeskreises in Kontakt. Neuigkeiten von „Facebookbekanntschaften“, die man nicht beachtet (nicht liked und nicht kommentiert), werden von Filtern mit der Zeit ausgeblendet. Auf diese Weise entlasten die Algorithmen (Pariser, 2010) die Beteiligten vor einer Informationsüberflutung; es wird nur für sie Wichtiges angezeigt. Das geht auf Kosten der Vielfalt, denn nur die einander Ähnlichsten erfahren etwas voneinander. Der Filter und die Homophilie bewirken das Gleiche: Man bleibt unter sich.

Dabei dominieren wenige Aktive die Meldungen, was die Wahrnehmung der Meinungen im Bekanntenkreis verzerren kann. Der Eindruck und die tatsächlichen Haltungen unterscheiden sich dann voneinander. Das ist ein ähnlicher Effekt, wie er von Noelle-Neumanns Schweigespirale (Noelle-Neumann, 1980) bekannt ist. Beteiligte schweigen dann lieber als sich gegen den Freundeskreis und Bekannte zu stellen, um nicht sozial ausgeschlossen zu werden.

Wenige beteiligten sich viel

Manche Shitstürme sind organisiert – besonders aus dem rechten Lager, dann tun sich wenige Personen zusammen und greifen eine Gegnerin oder einen Gegner mit zahlreichen Fake-Profilen an. Richtig massive Shitstorms beruhen aber nicht auf direkten Verabredungen, obgleich sie oft geschürt werden: So wird schon bei der Anklage eines Ereignisses „zur Arbeitserleichterung“ die Beschwerdeadresse angegeben. Interessierte bereiten den „Skandal“ so auf, dass er schnell über die eigene Profelseite weitergegeben werden kann. Anzettlungsversuche für Shitstürme sind häufig. Allerdings muss schon ein Nerv getroffen werden, damit sich die Kunde vom Skandal

über den kleinen Kreis der Aktivisten hinaus verbreitet und zur Aktion herausfordert.

Streit generiert mehr Streit

Im Shitstorm prallen unterschiedliche Kulturen aufeinander. Sichtbar wird dies daran, dass sich die Beiträge von Angreifenden und Verteidigenden stark unterscheiden: Inhalte und Begriffe sind nach ihrer Kultur zuzuordnen, oft gilt das auch für Rechtschreibung und Grammatik. Durch die soziale Regel der Reziprozität (wie du mir, so ich dir) entsteht jedoch eine Eigendynamik gegenseitiger Schmähungen. Auf diese Weise greift der rüde Stil um sich und erfasst auch solche Personen, die sonst eine friedlichere Auseinandersetzung pflegen (Stegbauer, 2018). Streit dieser Art dividiert die Beteiligten, je mehr er polarisiert, umso weniger lässt er sich beilegen.

Wie überlebt man den Sturm?

Wenn der Sturm richtig heftig wird, kann es nützlich sein, eine breitere Öffentlichkeit zu suchen. Das gilt insbesondere, wenn die Kultur, aus welcher der Angriff kommt, sich insgesamt in einer Minderheitenposition befindet. Unternehmen, die angegriffen wurden, finden in ihren Kunden häufig sogar explizit Verteidiger.

Es gibt Beispiele dafür, dass sich die Vorwürfe in Unterstützung durch die eigenen Kundinnen und Kunden ummünzen lassen. Die Unterstützerinnen und Unterstützer bauen dann mit dem Unternehmen zusammen einen Schutzwall auf. Ein Eintreten von Kundinnen und Kunden gegen einen Angriff dürfte zu einer Verstärkung der Kundenbindung führen. Dadurch tritt die Kundschaft für das Unternehmen ein und stellt die positiven Seiten heraus. Die Grünen wünschen sich selbst solche Unterstützung – in vorauseilender Phantasie wurde dieses Phänomen „Candysturm“ genannt. Allerdings funktioniert eine massenhafte Belobigung nicht in der gleichen Weise. Meist gelingt das nur, wenn zumindest eine Art „Drohung“ im Raum steht.

In manchen Fällen kann ein Entgegenkommen dem Protest etwas Wind aus den Segeln nehmen. Allerdings sind die meisten Protestierenden gar nicht an einer Diskussion interessiert, denn ihr Standpunkt ist schon sehr gefestigt. Ein Shitstorm dauert aber meist nicht lange und manchmal streiten sich die Protestierenden auch noch untereinander. Das heißt nicht, dass ein solcher Sturm nicht Zerstörung anrichten kann.

Mancher gewinnt aber Shitstorms auch positive Seiten ab – wenn etwa die Yellow-Press einen geringen Protest zu einem Sturm aufbauscht und damit

das Interesse an Stars und Sternchen am Köcheln hält. Die so errungene Aufmerksamkeit lässt sich dann womöglich noch in Prominenz und Werbeverträge eintauschen.

Literatur

Fine, G. (1979). Small Groups and Culture Creation: The Idioculture of Little League Baseball Teams. *American Sociological Review*, 44(5), p.733.

Noelle-Neumann, E. (1980). *Die Schweigespirale*. München: Piper.

Pariser, E. (2012). *Filter Bubble. Wie wir im Internet entmündigt werden*. München: Hanser.

Stegbauer, C. (2018). *Shitstorms. Der Zusammenprall digitaler Kulturen*. Wiesbaden: Springer.

Swidler, A. (1986). Culture in Action: Symbols and Strategies. *American Sociological Review*, 51(2), p.273.