



Von Shit- und Candystorms

Interview mit dem Soziologen Christian Stegbauer

Der Soziologe Prof. Christian Stegbauer beschäftigt sich als Netzwerkforscher auch mit Kommunikation in Social Media. Dass sich Menschen lieber in einer Blase gleichdenkender Akteure aufhalten, anstatt sich mit anderen Meinungen und Denkformen zu beschäftigen, war seiner Ansicht nach der digitalen Kommunikation von Anfang an inhärent. Viele der utopischen Vorstellungen von einer digitalen Partizipationskultur hält er für übertrieben.

Dirk Frank: Herr Professor Stegbauer, es gab in den Nullerjahren sehr hochtrabende Erwartungen, was Internet und Social Media in Sachen Partizipation und Demokratie leisten können. Aber sogar Vertreter der digitalen Bohème wie Sascha Lobo sind mittlerweile kritische Beobachter von Facebook & Co. Ist die Utopie in eine Dystopie umgeschlagen?

Prof. Christian Stegbauer: Als es mit dem Internet in den 1990er Jahren losging, der erste Webbrowser verfügbar war, dachten viele Leute, dass nun eine Kommunikation ohne Vorurteile möglich würde. Zuschreibungen, wie jemand aussieht, welche Herkunft er hat und so weiter spielten angeblich keine Rolle mehr. Auch in der Soziologie haben viele diese Utopie geteilt. Aber wenn man etwas darüber nachgedacht hätte, wäre einem damals schon klar geworden, dass das nicht sein kann.

Auch im Netz bildet sich eine Ungleichheitsstruktur, die sieht aber etwas anders aus, als wenn die kommunizierenden Personen face to face anwesend sind.

Sie schreiben in Ihrem Buch über Shitstorms: »Die Erzählung zum Internet, eine bessere Welt zu ermöglichen,

hat sich bis heute gehalten«: Erstaunlich, da wir heute eher über die negativen Auswirkungen sprechen.

Die Erzählung ist präsent bei großen Internetkonzernen wie Apple und Facebook. Die erzählen, sie schaffen mit ihren Produkten eine bessere Welt, von der wir angeblich alle profitieren würden. Und bei allen negativen Seiten des Internets kann man natürlich auch sagen, dass sich die Zugänglichkeit zu Informationen doch wesentlich verbessert hat. In einer Untersuchung habe ich mich mit Wikipedia beschäftigt, was als ein positiver Gegenentwurf zu den großen Internetkonzernen gesehen werden kann. Denn dort schaffen viele Wissen, das der Gemeinschaft dient. Facebook und Google eignen sich dagegen Dinge an, die andere erschaffen, und machen damit riesige Profite.

Eine Kritik an Facebook bezieht sich darauf, dass wir über manche Freunde nichts mehr erfahren. Der Verstärkungseffekt sorgt dafür, dass man nur noch mit Freunden kommuniziert, mit denen ein reger Austausch herrscht, die anderen treten in den Hintergrund.



● You can read an English translation of this article online at: www.aktuelles.uni-frankfurt.de/forschung-frankfurt-englisch

Als Netzwerkforscher würde ich sagen, dass Facebook damit etwas macht, was unseren Bedürfnissen sehr entgegenkommt. Der Algorithmus versucht, einem das Leben zu erleichtern, indem er die Nachrichten von Personen, mit denen man zuvor interagiert hat, bevorzugt anzeigt. Sonst wäre Facebook auch gar nicht möglich, weil wir die unzähligen Nachrichten unseres Netzwerks gar nicht verarbeiten könnten. Was Facebook da tut, kommt den Nutzern entgegen. Der Algorithmus hat aber sozusagen eine Nebenwirkung, die man als Filterblase bezeichnet.

Diese Hypothese von der Filterblase ist ja durchaus umstritten.

Richtig, Kritiker sagen, die meisten Leute informierten sich nicht nur über Facebook. Ich würde aber dagegenhalten: Es hängt eben nicht nur von der Filterblase ab. In der Netzwerkforschung ist die Idee der *Homophilie* sehr prominent; danach umgeben wir uns mit Leuten, die uns ähnlich sind und dieselben Meinungen pflegen. Wenn ich Meinungen äußere, die von meinem Umfeld nicht geteilt werden, muss ich befürchten, ausgeschlossen zu werden. Hinzu kommt: Es beteiligen sich ja nicht alle gleichermaßen. Es gibt Aktivisten, die viel stärker mit ihren Meinungen vertreten sind und damit das Bild meiner Wahrnehmung von dem prägen, was meine Facebook-Freunde denken. Es ist also nicht so, dass jeder die gleiche Stimme hat, sondern es gibt so eine Art *Power-Law-Verteilung*. Dadurch bekommt man den irrtümlichen Eindruck, dass die Meinung der Hochaktiven auch die Meinung aller anderen im jeweiligen Bekanntenkreis sei.

Welchen Vorteil bieten die Werkzeuge der Netzwerkforschung bei diesem Thema?

Die Menschen sind nicht alleine auf der Welt, sie orientieren sich an anderen. Das steht im Mittelpunkt der Netzwerkforschung, wenn die Struktur der Beziehungen untersucht wird. Weil die traditionelle Sozialforschung dies nicht berücksichtigt, ist die Netzwerkforschung ein Gegenentwurf zu den traditionellen Methoden der Sozialforschung. Das gilt vor allem für die standardisierten Befragungen der quantitativen For-

schung. Dort darf es keine Beziehung geben zwischen den Befragten und auch nicht zwischen Interviewer und Befragtem, weil das die Ergebnisse im Sinne einer naturwissenschaftlichen Messung verfälschen könnte. Das, was den Menschen eigentlich erst konstituiert, sind aber seine Beziehungen. Diese bestimmen, was er denkt und wie er sich verhält. In der qualitativen Forschung wird hingegen der Einzelne und seine Subjektivität in den Mittelpunkt gestellt und damit ebenso der Beziehungsaspekt vernachlässigt.

Für die Verwendung des Begriffs »Shitstorm« reicht oft schon, dass jemand im Netz in einigen Kommentaren an den Pranger gestellt wird. Muss aber für einen Shitstorm nach Ihrem Verständnis nicht eine bestimmte quantitative Größe vorhanden sein?

Ich wüsste nicht, wie man den Begriff genau definieren oder abgrenzen könnte. In manchen Fällen reichen wenige Angriffe aus, wenn sich derjenige, gegen den sich der Shitstorm richtet, davon stark getroffen fühlt. Manchmal sind Shitstorms sogar nützlich. Bekannt ist der Werbeclip der ING-DiBa mit dem früheren Basketballer Dirk Nowitzki. Darin bekommt Nowitzki von einem Metzger eine Scheibe Wurst überreicht, der ihn fragt: »Was habe ich früher dabei immer gesagt?« Und Nowitzki antwortet: »Damit ich groß und stark werde.« Darauf gab es eine Empörungswelle bei Veganern und Vegetariern. Die Agentur, die den Werbeclip für die ING-DiBa gemacht hat, berichtete anschließend davon, dass in diesen Shitstorms zahlrei-

che Kunden von sich aus für die Bank Partei ergriffen hätten.

Diese positiven Bekundungen nennt man »Candystorm«.

Ja, dafür gibt es einige Beispiele. Beim Miniaturwunderland in Hamburg ging ein Brief von jemandem ein, der sich dagegen ausgesprochen hatte, in einer Aktion neben Bedürftigen auch Asylsuchenden freien Eintritt zu gewähren. Dieser Brief wurde vom Unternehmen auf Facebook veröffentlicht, und darauf gab es einen solchen Candystorm.

Sie sagen, dass Shitstorms dadurch entstehen, dass sich die Abgrenzung von anderen Gruppen so verstärkt, dass man auch keinem anderen Denken mehr begegnet.

Ich habe ein Forum namens Multikulti-Watch untersucht. Dort wird explizit gesagt: »Wer nicht glaubt, dass wir Deutschen gegenüber Asylanten und Ausländern diskriminiert werden, der wird ohne Vorwarnung blockiert.« Das ist eine offizielle Androhung; wenn jemand etwas dagegen sagt, dann fliegt er raus. Dass einem die Leute widersprechen, kann man als einzelner Mensch anscheinend nur schlecht aushalten. Sozialwissenschaftlich lässt sich das über die Theorie der *strukturellen Balancierung* erklären: Wenn man eine liberale Meinung vertritt und alle im eigenen Umfeld gegen Ausländer sind, dann könnte man plötzlich eine ganze Reihe Leute gegen sich haben. Tatsächlich werden Andersdenkende auf den sozialen Plattformen öfters entfremdet. Das ist ein sozialer



Empörungswelle:
Der IngDiBa-Clip mit
Dirk Nowitzki sorgte
für einen Shit- und
einen Candystorm.

Mechanismus, der führt eben auch dazu, dass sich die Meinungen im sozialen Umfeld an die scheinbare Mehrheitsmeinung angleichen.

Richten Ihrer Ansicht nach Shitstorms dauerhafte Schäden an?

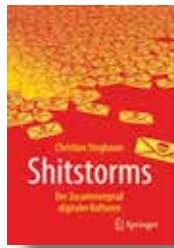
Die Negativkommunikation zerstört die Grundlagen dafür, dass ein Diskurs möglich ist. Man kann eine Auseinandersetzung führen, solange man sich gegenseitig mit seiner Meinung anerkennt. In dem Moment, wo die Grundlage zerstört ist, entsteht eine negative Reziprozität oder Reziprozität im Streit, wie das bei Georg Simmel mal hieß. Eigentlich müsste man versuchen, sich langmütig zu zeigen, und nicht auf dasselbe Niveau einsteigen. Das ist aber eigentlich gegen die soziale Regel, Gleiches mit Gleichem heimzuzahlen. Bei nicht prominenten Personen sind solche Shitstorms meist nach ein paar Tagen abgeklungen. Aber bei Politikern, die sich zum Beispiel gegen rechts positioniert haben, dürfte das langwieriger sein.

Man sollte wohl nicht alles zulassen. Doch genau das beklagen Sie aber auch, dass viele Massenmedien die Kommentarbereiche aufgrund des großen öffentlichen Drucks ausschalten.

Für die Medien ist es oft die einzige Möglichkeit, das sehr reglementiert zu moderieren. Moderation ist jedoch teuer, und dann kommt unter Umständen noch der Vorwurf der Zensur dazu.

Sie kommen in Ihrem Buch auch darauf zu sprechen, dass die Kritik an rechts-populistischen Positionen sich sehr oft an begrenzten schriftsprachlichen Ausdrucksfähigkeiten festmacht.

In Milieus wie beispielsweise der bürgerlich-konservativen FAZ legen die Leserbriefschreiber ganz viel Wert darauf, dass jeder Punkt, jedes Komma und jede Groß- und Kleinschreibung genauestens beachtet werden. Dort wird man nur anerkannt, wenn man richtig schreibt. Man sollte Menschen aber prinzipiell nicht aufgrund ihrer Bildung abwerten. Die besser Gebildeten sind hinsichtlich der politischen Partizipation sowieso im Vorteil. Im Internet ist die Kommunikation aber niedrigschwelliger geworden. Diejenigen, die nicht über ein elaboriertes sprachliches Ausdrucksvermögen ver-



Christian Stegbauer
Shitstorms.
Der Zusammenprall digitaler Kulturen
Springer, 2018

fügen, werden sich entsprechend mit Leuten umgeben, denen das nicht so wichtig ist. Dadurch wird die gesellschaftliche Kluft allerdings noch größer.

Ein ganz aktuelles Thema ist Rechtsradikalismus, dessen Vertreter sich auch und vor allem im Netz organisieren. Kann die Netzwerkforschung zu diesem Phänomen etwas sagen?

Bei der Untersuchung eines Shitstorms gegen den Hessenpark stieß ich auf einige extreme Fälle von Gewaltandrohung. Wenn als Lösung angeboten wird, den »Hessenpark doch einfach mal abzufackeln«, Mitarbeiter dort bedroht werden, wird Hass geschürt. Man fragt sich, wann sich diese Gewalt mal in der Realität entlädt. In der Rhetorik der AfD wird beispielsweise gerne von »Messer-männern« geredet. Das heißt jetzt noch nicht, dass die Leute, die so reden, unbedingt selber zu Gewalt greifen. Aber es wird eine Stimmung erzeugt, die Gewaltbereiten einen gewissen Rückhalt gibt. Gruppen am rechten Rand versuchen jeden Tag, Themen zu skandalisieren, wozu auch die Inszenierung von Shitstorms gehört. Bisweilen wird eine solche Aktion aus einem kleinen Sympathisantenkreis in eine breitere Öffentlichkeit

getragen. Im Fall des Hessenparks beklagte man, Asylbewerber kämen umsonst rein, hingegen Deutsche, selbst die auf Unterstützung angewiesenen, müssten zahlen. Nun könnte man auch sagen, dies ist in gewisser Weise ungerecht. Andererseits ist es im Sinne der Integration wichtig, dass Migranten etwas über die Kultur des Landes, das sie aufgenommen hat, erfahren. Damit sieht die Argumentation schon wieder ganz anders aus.

Sie sagen an einer Stelle im Buch, die Entrüstung im Internet stehe nicht nur für »gebrochene Zukunftstechnologieversprechen«, sondern auch für deren »partielle Erfüllung«. Gibt das Internet den Bürgern auch eine gewisse »Macht« an die Hand?

Man muss sich vor »denen da oben«, der Obrigkeit, als Bürger nicht mehr verstecken. Das ist im Sinne der Demokratie grundsätzlich etwas Positives. Es gibt shitstormähnliche Proteste, die in einem gewissen Sinne positiv sind, weil sie sich zum Beispiel für Konsumentenrechte einsetzen. Wenn ein Unternehmen ein Produkt auf den Markt gebracht hat, das nicht hält, was es verspricht, können die Konsumenten über massiven Protest erreichen, dass das Unternehmen einlenkt. Aber in einem Rechtsstaat benötigt man auch einen gewissen Schutz bestimmter Gruppen, auch Respekt vor Institutionen. Daher sollte man nicht alle Schranken einreißen, auch wenn das aus Sicht einer radikalen Demokratisierung manchmal wünschenswert wäre.

Das Interview führte Dirk Frank.



Zur Person

Christian Stegbauer war bereits in den 1980er Jahren als studentische Hilfskraft an der Goethe-Universität mit einer kleinen Untersuchung zu Mailboxen betraut. Später schrieb er einen Beitrag für Forschung Frankfurt (Heft 4, 1995) über die Einführung von E-Mail an der Uni. Heute ist Christian Stegbauer außerplanmäßiger Professor für Soziologie an der Goethe-Universität. Zurzeit forscht er zur Herausbildung von Mikrostrukturen in sozialen Situationen. Wie dies geschieht, wird im Buch »Grundlagen der Netzwerkforschung: Situationen, Mikronetzwerke und Kultur« an alltäglichem Verhalten dargelegt. Seine Publikation zu »Shitstorms« zeigt, unter welchen Bedingungen Shitstorms entstehen.

stegbauer@soz.uni-frankfurt.de