

# Wie Shitstorms entstehen

Der Soziologe Christian Stegbauer erklärt in seinem neuen Buch Entstehungsweise und Folgen von unkontrollierten Wutausbrüchen in sozialen Medien

*Rezension: Goethe-Universität Frankfurt am Main*

„Wutausbrüche in der digitalen Welt, an denen sich viele Menschen beteiligen“ - so beschreibt der Soziologe und Netzwerkforscher Prof. Christian Stegbauer in seinem neuen Buch das viel diskutierte Phänomen „Shitstorms“. Ob radikale Veganer oder rechte Einwanderungsfeinde: Erst durch das Internet, so Stegbauer, sei die Möglichkeit entstanden, dass sich sehr „spezielle“ Personen zusammen finden und weitere Kreise auf ihre Seite ziehen, um öffentlichkeitswirksam auf ein angebliches Fehlverhalten ihrer „Gegner“ einzuschlagen. „Der erst durch das Internet möglich gewordene massenhafte Protest eines solchen Shitstorms geht mit Schmähungen und Unflätigkeiten einher – es kann sogar Personen und Institutionen treffen, die alles richtig machen“, erklärt Stegbauer. In seinem neuen Buch beschreibt Stegbauer, warum es immer wieder zu solch unkontrollierten Wutausbrüchen in den sozialen Medien kommt, wie sie ablaufen und was die Folgen sind.

Ursprünglich, so der Frankfurter Soziologe, sollte das Internet eine demokratiefördernde Diskussion führen. Doch Hasskommentare und Shitstorms hätten das Meinungsklima mittlerweile so vergiftet, dass um die Freiheit im Internet als Ganzes gerungen werde: „Redaktionen müssen viel Personal aufwenden, um die Leserkommentare einigermaßen von Müll frei zu halten.“ Es gehe oft nur noch um Protest und nicht um eine konstruktive Auseinandersetzung. „In geschlossenen Internetzirkeln wie Foren laden sich die Gemüter schnell auf – es pralle digitale, oft kontroverse Kulturen aufeinander“, sagt Stegbauer.

Der eigene Zirkel helfe zunächst dabei, die Masse an Online-Informationen zu sortieren, damit der Einzelne nicht überlastet werde. Schnell entstünden dann ganz eigene Kulturen mit kruden Welt- und Feindbildern, in der Informationen ignoriert oder ganz anders als ursprünglich mitgeteilt und gemeint interpretiert werden. Das Ganze habe eine nicht zu kontrollierende Eigendynamik.

Die Aufstauung von Wut ist aber laut Stegbauer nur eine Zutat für einen Shitstorm, eine weitere sei ein Thema mit Potenzial, die Gemüter zu erregen: „Es muss sich um ein Thema handeln, das skandalisierbar ist – meist gegen Personen oder Unternehmen, die über einem stehen.“ Nicht jeder Shitstorm ist aber schlecht für die Betroffenen, relativiert der Soziologe: „Gerade Trashformate in den Medien schlachten auch Negativkommunikation aus – für Un-

ternehmen kann es zum Beispiel ein Segen sein, wenn die eigenen Kunden ihr Unternehmen vor den Angriffen in Schutz nehmen.“

Christian Stegbauer: Shitstorms. Der Zusammenprall digitaler Kulturen. Wiesbaden: Springer 2018, 181 S., 19,99 Euro

*PM v. 27.02.2018*

*Dr. Dirk Frank*

*Public Relations und Kommunikation*

*Goethe-Universität Frankfurt am Main*

*[www.uni-frankfurt.de](http://www.uni-frankfurt.de)*

*Quelle: [www.idw-online.de](http://www.idw-online.de)*