

Rüpel im globalen Dorf

Von Internetfirmen wie Facebook und Twitter wird vermehrt gefordert, der ungehemmten Wut-Entfesselung in sozialen Medien entgegenzuwirken. Die Soziologin Lea Stahel im Gespräch über Algorithmen, die wütende Inhalte belohnen und wie die Architektur sozialer Medien antidemokratischen Kräften in die Hände spielt.

INTERVIEW: MICHAEL ETTER

Saiten: Sie untersuchen an der Universität Zürich, wie Menschen sich in sozialen Medien kollektiv entrüsten. Warum verlieren Menschen online die Beherrschung?

Lea Stahel: Studien zeigen, dass es einerseits mit Persönlichkeitsvariablen zu tun hat, warum jemand online, aber auch offline, ohne Hemmung sich seiner Wut oder seinem Hass hingibt. Sadismus ist ein beispielhaftes Persönlichkeitsmerkmal, aber auch niedrige Impulskontrolle. Dann sind es aber auch soziale Normen im Internet sowie bestimmte soziale Netzwerke, die das Äussern von Wut belohnen. Auf Facebook kann man in gewissen Situationen mehr Likes kriegen, je wütender man sich äussert. Je mehr Likes, umso sichtbarer wird man. Es ist ein schneller und billiger Weg, seiner Wut Ausdruck zu verleihen, zum einen als Form von Katharsis und zum anderen, um ein grosses Publikum zu erreichen und zu beeinflussen. Das sind klare Belohnungsmechanismen.

In solchen Postings kommt die nonverbale Kommunikation kaum zum Tragen. Hat das Einfluss darauf, wie Wut sich in sozialen Medien entwickelt und verbreitet?

Es ist natürlich so, dass wir andere Menschen nur schlecht spüren im Internet. Eine kürzlich erschienene Studie hat gezeigt, dass kontroverse Aussagen in schriftlicher Form emotionalere Reaktionen auslösen, als wenn die gleichen Aussagen mündlich dargelegt werden. Das heisst: Wenn wir kontroverse Meinungen lesen, macht uns das wütender, als wenn wir die Person dahinter sehen, wenn wir die Stimme dazu hören, wenn wir die Person als Menschen wahrnehmen. Weil dies uns ermöglicht, emphatisch zu sein. Das Fehlen nonverbaler Signale in der Interaktion in sozialen Medien erleichtert es uns, ein Feindbild auszumalen, das wir angreifen können. Durch diese Distanz, die die Technologie herstellt, sind wir eher gewillt, unserer Wut schriftlich Ausdruck zu verleihen.

Zudem gibt es weniger Autoritäten im Internet, die uns sanktionieren.

Wegen der schieren Masse von Online-Kommentaren werden grenzüberschreitende Kommentare selten sanktioniert. Diese Sanktionslosigkeit ist auch ein Grund, warum Menschen ihre Beherrschung verlieren. Auf der Strasse verlieren weniger Menschen die Beherrschung. Tut man es, würde man rasch mit Blicken oder Worten sanktioniert werden, müsste sich schämen. In sozialen Medien spielt die Architektur der Technologie eine Rolle: welches Verhalten lässt sie zu, welches belohnt sie, welches verhindert sie.

Zum Jahrestag von Trumps Präsidentschaft hat Twitter die Zeichen pro Nachricht von 140 auf 280 verdoppelt. Müssen wir jetzt mit noch mehr Wut in sozialen Medien rechnen?

Generell würde ich sagen, dass Wut nicht viele Zeichen braucht. Im Gegenteil: Je weniger Zeichen zugelassen sind, desto stärker und zugespitzter wird man sich ausdrücken müssen. Mit mehr Zeichen bietet sich die Möglichkeit, sich differenziert auszudrücken. In dem Sinne verbreiten sich kürzere Texte auch viraler als längere Texte.

Dann könnte man diese Massnahme von Twitter auch damit deuten, den öffentlichen Diskurs besser gestalten zu wollen. Seit kurzem gibt es ja Druck von verschiedenen Seiten diesbezüglich...

Das könnte ich mir gut vorstellen. Wie gesagt: Je kürzer eine Nachricht, desto weniger differenziert ist sie. Man kann weniger Gründe und weniger Argumente liefern. Wenn man mit einer doppelten Zeichenzahl Gründe oder Argumente anführen kann, dann kann das dazu beitragen, dass Diskussionen mehr an Tiefe gewinnen und nicht nur Meinungen ausgetauscht werden, sondern ein Dialog mit Begründungen entstehen kann.

Das heisst, dass die Technologie einen beträchtlichen Teil dazu beiträgt, wie sich Menschen ausdrücken, wie sich Wut womöglich sogar steuern lässt?

Definitiv. Die Architektur der sozialen Medien hat einen grossen Einfluss darauf, wie sich Menschen informieren und artikulieren. Wenn man beispielsweise bei Facebook schaut, wie sich Shitstorms entwickeln, dann trägt Facebook mit dazu bei, dass bestimmte Kommentare hervorgehoben werden, während andere erst bei weitem Runterscrollen erreichbar werden. Diese Architektur führt nicht unbedingt dazu, dass die differenziertesten Argumente an erster Stelle stehen, sondern jene Statements, die am meisten Anklang finden und geliked werden. Das sind oft die lautesten und krassesten Statements. Algorithmen, die wütende Inhalte belohnen, tragen somit dazu bei, dass sich diese Inhalte stärker verbreiten. Bei aller Technologie darf man aber auch nicht den Faktor Mensch ausser Acht lassen und wie die menschliche Wahrnehmung funktioniert. Im Internet werden wir von vielen Informationen überflutet und diese Informationen sind immer heterarchischer organisiert.

Das bedeutet?

Im Gegensatz zu traditionellen Medien und ihrer Gatekeeper-Logik – sie wählen Inhalte für uns aus – erhalten wir über soziale Medien so viele Informationen von verschiede-

nen Quellen, meist ohne zu wissen, was glaubwürdig ist oder stimmt, und was nicht. Nicht selten sind es dann Emotionen wie Wut, die darüber bestimmen, was wir lesen, weiterverbreiten, und was nicht.

Eine weitverbreitete Sorge von politischen Beobachtern ist die Fragmentierung der Gesellschaft, die einen gesellschaftlichen Diskurs erschwert. Trägt die Wut dazu bei, dass wir uns immer weiter voneinander entfernen?

Es gibt Experimente, die den Effekt von Wut- und Hasskommentaren auf die Leserschaft in sozialen Medien untersuchen. Die Ergebnisse zeigen, dass wütende Kommentare unter Medienartikeln oder zu Themen wie beispielsweise Nanotechnologie die Lesermeinungen – pro und contra – extremer spalten lassen, im Vergleich zu Artikeln ohne emotionsgeladene Kommentare. Das heisst: Die Wut, die sich in den Kommentaren ausdrückt, führt zu einer Polarisierung. Bei Experimenten zu Kommentaren in klassischen Medien hat sich zudem gezeigt, dass wütende Kommentare unter Medienartikeln dazu führen, dass Leser das Vertrauen in klassische Medien verlieren. Diese Menschen wandern dann zu alternativen Medien ab. Diese können teilweise den Blick auf alternative Sichtweisen öffnen, jedoch andererseits auch zur Spaltung der Gesellschaft beitragen.

Neueste Erkenntnisse zum amerikanischen Wahlkampf zeigen, dass Wut durch russische Akteure aktiv geschürt wurde. Es entsteht der Eindruck, dass Wut lenkbar ist und oft gesteuert wird.

Wenn wir kontroverse Meinungen lesen, macht uns das wütender, als wenn wir die Person dahinter sehen, wenn wir die Stimme dazu hören, wenn wir die Person als Menschen wahrnehmen.

Ich glaube, man muss sich zuerst bewusst werden, was Manipulation überhaupt bedeuten kann. Zum einen existiert das interessengeleitete Manipulieren, zum Beispiel durch Social Bots: programmierte, falsche Accounts in sozialen Medien, die gezielt auf Inhalte reagieren oder diese weiterverbreiten. Solche Bots können in kurzer Zeit tausende Kommentare abgeben. Weiter gibt es die von Ihnen erwähnten russischen Trolls. Das sind Personen, die gegen Bezahlung Inhalte generieren, in Sankt Petersburg Facebook-Gruppen konzipieren, um beispielsweise in Texas patriotische Bewegungen zu stärken. Meiner Meinung nach findet Manipulation jedoch auch auf einer anderen Ebene statt.

Und die wäre?

Wenn wir uns vor Augen führen, dass sich nur eine bestimmte Gruppe von Menschen online überhaupt äussert und den Diskurs formt, dann müssen wir uns fragen, inwiefern nicht das schon zu einer Manipulation des Abbilds öffentlicher Meinung führt. Aus Studien wissen wir, dass die Menschen, die sich online exzessiv äussern, nicht unbedingt repräsentativ für die breite Gesellschaft sein müssen. Eine grobe Daumenregel besagt, dass von 100 Online-Usern 90 Lurkers sind, also «lauernde», passive Beobachter; neun liken gelegentlich mal etwas und nur einer von hundert äussert sich exzessiv oft. Dieses eine Prozent ist keinesfalls per se repräsentativ für die Bevölkerung, beispielsweise bezüglich seiner Bildung. Somit könnte man auch schon hier von einer

Manipulation sprechen, insbesondere, wenn Journalisten Stimmen aus Twitter zitieren und damit den Eindruck erwecken, dass dies repräsentative Stimmen aus der Bevölkerung sind.

Wie mächtig sind solche Mittel der Einflussnahme wirklich?

Nicht alle Informationen und Meinungen, die verbreitet werden, wirken auch. Der Confirmation Bias besagt beispielsweise, dass Menschen mehrheitlich Information suchen und so interpretieren, dass sie in das eigene, bestehende Weltbild passen. Hier finden wir wahrscheinlich die Grenzen der grossflächigen Informationsverbreitung durch Social Bots. Beispielsweise finden weitläufig gestreute Fake News zur Flüchtlingsthematik in Deutschland in den Kreisen Anklang, wo diese Meinungen schon vorherrschen.

Wenn sich Wut also nur in einem begrenzten Raum entfesselt, in dem alle schon die gleiche Meinung haben, dann scheint der Effekt schon ziemlich begrenzt.

Natürlich gibt es klassische Echokammern, die isoliert sind, aber es gibt auch offenere Gefässe. Es hängt davon ab, wie Netzwerke gestaltet sind. Auf Facebook gibt es die isolierten Communities, beispielsweise rassistische oder antifeministische Communities. Hier treffen sich Menschen, die ein ähnliches Weltbild haben und schon überzeugt sind. Diese Menschen suchen sich im Internet Gleichgesinnte. Eine Radikalisierung findet statt, weil diese Gruppen sehr homogen sind. Problematisch ist, dass sich das Denken innerhalb die-

ser Gruppen verhärtet und radikalisiert. Die Mitglieder kommentieren dann jedoch auch auf anderen Plattformen, wie beispielsweise unter Newsartikeln, welche wiederum von einem Allgemeinpublikum gelesen werden.

Was sind die Folgen?

In letzter Konsequenz kann Radikalisierung Gewalt fördern, wie man das von IS-Kämpfern weiss, die sich oft in homogenen Online-Netzwerken radikalisiert haben. Der erste Schritt zur Gewalt kann also darin bestehen, seinen Hass in diesen homogenen Netzwerken zu verstärken.

Gibt es Beispiele für Online-Wut in der Schweiz? Wie werden hier gezielt und flächendeckend vorhandene Ressentiments geschürt?

Was wir wissen ist, dass es Campaigners oder Aktivisten gibt, die indirekt Wut entfachen, zum Beispiel mittels Shitstorms gegen Unternehmen. Hier werden durch Social-Media-Kampagnen Emotionen gegen Unternehmen geschürt. Oft ist jedoch transparent, wer dahinter steckt. Darüber hinaus gibt es durchaus gesellschaftliche Gebiete, in denen mehr Online-Aggression und Wut beobachtet werden kann.

Welche sind das?

Ich habe in einer Online-Umfrage über 600 Journalisten gefragt, bei welchen Themen sie am meisten angegriffen werden. Eines der Themen, das am meisten wütende Kommentare generiert, ist Migration und Islam. Dafür scheint es eine

Gruppe zu geben, die diesbezüglich besonders aktiv ist in den sozialen Medien. In der Schweiz ziehen auch Themen der rechten Politik Aggression an, oft in Kombination mit Kriminalitätsfällen, dem Justizsystem und lokalen Problemen.

Gibt es im internationalen Vergleich eine Besonderheit, wie Schweizerinnen und Schweizer ihrer Wut Ausdruck verleihen?

Was in der Schweiz speziell ist, sind die drei Sprachkulturen. Die Sprachgrenzen machen es etwas schwieriger, dass sich Wut oder Hasstiraden in sozialen Medien durch die ganze Schweiz verbreiten. Ausserdem trägt vielleicht die direkte Demokratie dazu bei, dass durch den Einbezug der Bürger ein gewisses Level an Wut schon früh abgefangen wird. Dies im Vergleich zu anderen Ländern, in denen sich Menschen relativ gesehen weniger in den politischen Prozess integriert fühlen.

Wut kann man ja durchaus auch etwas Gutes abgewinnen, als Form der Entrüstung, das Entfesseln einer Kraft, die auch Veränderungen mit sich bringen kann.

Auf jeden Fall. Soziale Medien haben in gewissem Mass zu einer Demokratisierung der Gesellschaft geführt. Man braucht heute kein Budget von 100'000 Franken mehr, um gewisse Missstände anzuprangern. Jeder und jede kann das potenziell machen. Natürlich bedeutet das nicht, dass alle unbedingt gehört werden. Netzwerke und Verbindungen zu den klassischen Medien spielen immer noch eine Rolle. Hinter der Wut kann in dem Sinne auch ein demokratisches Bedürfnis stehen, sich einbringen zu wollen und sich so politisch wirksam empfinden zu können.

Ein Gericht in Österreich hat im Mai das Löschen von Hasspostings gegen eine grüne Politikerin verordnet. In diesem Fall musste Facebook die fraglichen Postings nicht bloss lokal für österreichische Nutzer blockieren, sondern weltweit aus seinem Netz löschen. Auf öffentlichen Druck hin reagiert Facebook selbst mit neuen Community Standards. Wer soll die Richtlinien entwickeln, wie wir online miteinander umgehen?

Eigentlich gibt es ja schon Gesetze diesbezüglich – gegen Diffamierung, Ehrverletzung usw. – nur wurden diese Gesetze lange kaum in den sozialen Medien durchgesetzt, sondern erst seit wenigen Jahren. Zudem werden neue Gesetze geschaffen, in Deutschland zum Beispiel das Netzwerkdurchsetzungsgesetz, das im Juni angenommen wurde und Anfang Oktober in Kraft getreten ist. Laut diesem Gesetz müssen Social-Media-Unternehmen Hasskommentare innerhalb von 24 Stunden löschen. Das ist ein beispielhafter Ansatz, um zivilisierte Online-Normen durchzusetzen, auch wenn dieses Gesetz in Bezug auf die Meinungsfreiheit stark umstritten ist.

Die Community Guidelines von Facebook gelten «global». Widerspricht das Definieren von globalen Normen nicht der Idee des Internets als offener Raum der Heterogenität und heterogenen Normen? Jetzt scheinen nur einige wenige diese Normen zu bestimmen.

Ich teile diese Befürchtung nur zum Teil. Wer welche Verantwortung übernehmen soll, ist Teil von Aushandlungen. Facebook und Twitter sehen sich nicht als Medienunternehmen und dies macht sie juristisch weniger verantwortlich für die Inhalte – wobei die Unternehmen sich mehr und mehr dem sozialen Druck beugen, Hass und Aggressionen auf ihren Plattformen nicht mehr tolerieren und Leitlinien anfertigen. Eine weitere Alternative wäre, wenn die Com-

munity selbst, das heisst die schweigende Mehrheit, vermehrt eingreift. Wenn wir auf der Strasse Hass und Aggression beobachten, wird dies schneller zur Anzeige gebracht, das soziale Korrektiv tritt eher in Kraft.

Warum gibt es diesen Unterschied?

Ein weitverbreiteter Gedanke ist: Im Internet gibt es sowieso nur Müll, das gilt es als Nebenprodukt der technischen Entwicklung zu akzeptieren. Ich plädiere aber vielmehr dafür, dass der soziale Raum in den sozialen Medien ein Raum ist, in dem wir aktiv Normen gestalten und deshalb selber aktiv eingreifen sollten, um Normen durchzusetzen.

Während des kürzlichen Online-Sturms gegen Franziska Schutzbach sammelten User für die Vereinigung #NetzCourage Screenshots von Hasspostings, die in einem juristischen Verfahren verwendet werden können. Kennst du andere konkrete Beispiele?

Es gibt dafür verschiedene Ansätze, etwa die Facebook-Gruppe #Ichbinhier in Deutschland, die in Hass-Diskurse einsteigt und mit Argumenten und Fakten versucht, dem Hass-Klima entgegenzuwirken. Es existieren also Versuche, wie der einfache Bürger Einfluss auf diese Normen nehmen könnte.

Facebook hat die Firmenvision, Menschen näher zusammenzubringen. Wenn ich Ihnen zuhöre, scheint es so, dass das noch nicht wirklich erreicht wurde.

Die anfängliche Hoffnung des Internets und der sozialen Medien, Menschen zusammenzubringen, hat schon teilweise funktioniert. Es braucht jedoch auch motivierte Menschen, die sozusagen ein globales Dorf herstellen wollen, die von anderen Menschen lernen und erfahren wollen. Die Möglichkeiten sind theoretisch gegeben. Jedoch gibt es auch sozusagen dunkle Kräfte, die dem entgegenwirken, und die die Architektur der sozialen Medien ausnutzen: Es sind eher die negativen, lauten Nachrichten, die Verbreitung finden und belohnt werden, was sich auch auf den sozialen Austausch auswirkt – die mediale Logik terroristischer Attentate, wenn man so will.

Können Sie das ausführen?

Die Nachrichtenwert-Theorie erklärt, warum eine Meldung von den klassischen Medien aufgenommen wird: Faktoren wie Negativität, Überraschung, Konflikthaftigkeit – zum Beispiel bei terroristischen Attentaten. Die sozialen Medien funktionieren ähnlich, sodass hier Aussagen mit Wut und Aggression – natürlich auf viel geringerem Level – laut und konfliktreich sind, und somit auch öfters geteilt werden. Auf diese Art können die sozialen Medien antidemokratischen Kräften in die Hände spielen.

Lea Stahel, 1986, ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am Soziologischen Institut der Universität Zürich. Sie erforscht, wie Menschen in Social Media soziale Normen verhandeln, sich kollektiv entrüsten, und wieso sie dabei auch online Hass einsetzen.

Michael Etter, 1981, ist Sozialwissenschaftler aus St.Gallen und lebt zurzeit in England. An der City University of London untersucht er die Auswirkungen der digitalen Transformation auf gesellschaftliche Prozesse.