

# Seminarthemen für Seminar „Shit-Storms“ HS13 (Katja Rost & Bruno Frey)

## 1. Charakteristische Merkmale eines Shit-Storms

- Wie wird ein Shit-Storm (oder auch: „online firestorm“) in der Literatur definiert? Welche Merkmalsattribute sollten folglich zur Messung eines Shit-Storms herangezogen werden? Entwickeln Sie eine kontinuierliche Skala zur Messung wie stark bestimmte Shit-Storm-Attribute bei Online-Protesten ausgeprägt sind. Validieren Sie Ihre Skala mittels Faktoranalyse, Reliabilitätstest oder AMOS/PLS (reflektive bzw. formative Strukturgleichungsmodelle).
- Sind „Shit-Storms“ ein „neues“ Phänomen? Oder gibt es in der Literatur auch ältere, verwandte Konzepte, die zur teilweisen Beschreibung des Phänomens „Shitstorms“ herangezogen werden könnten, z.B. „online flaming“ (O'Sullivan & Flanagin, 2003), „moral panics“ (Cottle, 2006; Goode & Ben-Yehuda, 2009), oder die Reaktionen auf Normtransgressionen aus der Skandal-Literatur (Jakobsson, 2008; Pörksen, 2012)? Und wenn ja, inwiefern tragen diese Konzepte zur Beschreibung von Shit-Storms bei?

### Literatur:

Lachenmayer, J., Maier, T., Puskas, L., Lehmann, B., Horn, G., Sebhat, F., Holste, J., & Perkovic, T. 2012. Internet-Tsunamis: Politische Massen im digitalen Zeitalter. Download unter (15.8.2013): <http://www.internet-tsunamis.de/downloads/>

O'Sullivan, P. B., & Flanagin, A. G. 2003. Reconceptualizing 'flaming' and other problematic messages. *New Media & Society*, 5(1):69–94.

Pfeffera, J., Zorbach, T., & Carley, K. M. 2013. Understanding Online Firestorms: Negative Word-of-Mouth Dynamics in Social Media Networks. *Journal of Marketing Communications*, DOI:10.1080/13527266.2013.797778.

## 2. Ursachen und Kontextbedingungen von Shit-Storms

- Gibt es mögliche Kontextbedingungen bzw. Auslöser für Shit-Storms, die in der Literatur identifiziert werden? Stützen Sie sich zur Beantwortung diese Frage v.a. auch auf die Literatur über Ursachen, begünstigende Bedingungen, oder Trigger-Events von „online flaming“ oder Skandalen.
- Gibt es innerhalb der online Petitionen Faktoren, die die Wahrscheinlichkeit für aggressive online-Kritik (als Proxi für Shit-Storms) erhöhen bzw. senken (z.B. bestimmte Themenfelder (Arbeitsrechte, Geldforderungen, Personenabsetzungen etc.), Ankläger (Vereine/anonymer Personenkreis, etc.), Angeklagte (Organisationen, eine Industrie oder Privatpersonen, etc.), Formulierung des Petitionstextes, oder Kontroversitäts-Grad eines Themas)?
- Entwickeln Sie prüfbare Hypothesen und testen Sie diese empirisch.

### Literatur:

Bösch, F. 2011. Kampf um Normen: Skandale in historischer Perspektive. In S. Bulkow & C. Petersen (Hrsg.), *Skandale: Strukturen und Strategien öffentlicher Aufmerksamkeits-Erzeugung*. Berlin: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

O'Sullivan, P. B., & Flanagin, A. G. 2003. Reconceptualizing 'flaming' and other problematic messages. *New Media & Society*, 5(1):69–94.

Pfeffera, J., Zorbach, T., & Carley, K. M. 2013. Understanding Online Firestorms: Negative Word-of-Mouth Dynamics in Social Media Networks. *Journal of Marketing Communications*, DOI:10.1080/13527266.2013.797778.

### 3. Warum entwickeln sich manche Proteste zum (Shit-)Storm und andere nicht?

- Identifizieren Sie im Sample vergleichbare Protestanliegen, d.h. Petitionen, die einen anlogenen Inhalt als Petitionsziel angeben. Sie werden erkennen, dass die Unterstützung dieser an sich vergleichbaren Petitionen erheblich variiert. Auf welche Faktoren kann dies zurückgeführt werden? Analysieren Sie zuerst theoretisch, welche Faktoren unterschiedliche (Protest-) Reaktionen auf Normverletzungen determinieren.
- Identifizieren Sie im Rahmen der online Petitionen potentielle Ursachen, wie z.B. dem Framing des Petitionstextes (z.B. situatives vs. dispositionales Framing), welches die Beziehung zwischen Thema und auslösendem Affekt moderieren könnte; Initiatoren der Petition (z.B. Organisation); Höhe der Protestbeteiligung, etc. Könnten diese Unterschiede alternativ auch durch die Theorie der Nachrichtenfaktoren (z.B. Status des Angeklagten, Kontroverse, Etabliertheit von Thema) erklärt werden?

#### Literatur:

Gross, K., & D'Ambrosio, L. 2004. Framing Emotional Response. *Political Psychology*, 25(1): 1-29.

Kepplinger, H. M., Geiss, S., & Siebert, S. 2012. Framing Scandals: Cognitive and Emotional Media Effects. *Journal of Communication*, 62(4): 659-+.

Pu, Q., & Scanlan, S. J. 2012. Communicating Injustice? *Information, Communication & Society*, 15(4): 572-590.

Weber, P. 2011. Determinanten von Skandalisierung in der politischen Auslandsberichterstattung: Eine empirische Analyse. In K. Bulkow & C. Petersen. *Skandale: Strukturen und Strategien öffentlicher Aufmerksamkeitserzeugung*: 105-130. VS Verlag für Sozialwissenschaften

### 4. Motive für einen Shit-Storm

- Was könnten Motive der Initiatoren bzw. der Befürworter eines Online-Protestes sein? Stützen Sie sich bei der Beantwortung dieser Frage v.a. auf Motive, die in der Literatur über Flaming und Proteste gefunden wurden. Unterscheiden Sie unterschiedliche Motivationen und leiten Sie Hypothesen ab, welche Art von Motiven, z.B. „economic self-interest“, Gerechtigkeitsempfinden, oder Rache einen Shit-Storm begünstigen sollte. Könnte damit zusammenhängend das Shitstorm-Potential auch davon abhängig sein, ob es sich bei der Normdurchsetzung um eine konjunkte Norm (Zielakteure und Nutzniesser der Norm sind identisch) oder disjunkte Norm (Zielakteure und Nutzniesser sind nicht identisch) handelt?
- Prüfen Sie Ihre Annahmen empirisch.

#### Literatur:

Alonzo, M. & Aiken, M. 2004. Flaming in Electronic Communication. *Decision Support Systems*, 36(3): 205-213.

Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. 2004. Electronic Word-of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1): 38-52.

Koenig, A., Gollwitzer, M., & Steffgen, G. 2010. Cyberbullying as an Act of Revenge? *Australian Journal of Guidance and Counselling*, 20(2): 210-224.

van Stekelenburg, J., Klandermans, B., & van Dijk, W. W. 2011. Combining Motivations and Emotion: The Motivational Dynamics of Protest Participation. Integrando La Motivacion Y La Emocion: La Dinamica De La Motivacion Para La Participacion En La Protesta. *Revista de Psicologia Social*, 26(1): 91-104.

## 5. Emotionen und Shit-Storms

- Welche Rolle spielen Emotionen als Motivator für Protest und Shit-Storms? In der Literatur wurde z.B. aufgezeigt, dass Proteste, Skandale, oder auch der Wunsch nach Bestrafung mit weitverbreiteter Wut assoziiert sind. Argumentieren Sie zuerst theoretisch, welche Emotionen im Rahmen von Shit-Storms auftreten könnten.
- Untersuchen Sie anschliessend, welche Emotionen (z.B. Ärger, Wut, Traurigkeit, in Form von expliziter Kommunikation, nach Derks, Fischer, & Bos, 2007) online-flaming im Rahmen von online Petitionen (in Form von Beleidigungen) in höherem Mass zu begleiten scheinen, und welche in tieferem Mass. Entwickeln Sie prüfbare Hypothesen und testen Sie diese empirisch.

### Literatur:

Derks, D., Fischer, A. H., & Bos, A. E. R. 2008. Review: The Role of Emotion in Computer-Mediated Communication: A Review. *Comput. Hum. Behav.*, 24(3): 766-785.

Jasper, J. 1998. The Emotions of Protest: Affective and Reactive Emotions in and around Social Movements. *Sociological Forum*, 13(3): 397-424.

Jiang, J., Kou, Y., Wang, F., Wu, Y., Li, Y.-M., Li, Y., Yang, Y., Cao, H., Wu, Q., Jing, S.-J., Jiang, B.-J., Shen, L.-M., Li, A.-J., Li, Z., Gao, W., Chiu, C.-Y., Hong, Y.-Y., Hsu, S.-C., Zhang, L., Yang, B.-Y., Yang, X.-L., Zhao, D.-L., Zou, Z., Wei, Q.-W., Chen, X., Zhao, Y.-F., Zhou, Y.-J., Chen, H., Feng, J., & Wang, X. 2011. Emotional Reactions to Scandals: When Does Moral Character Make a Difference? *Asian Journal of Social Psychology*, 14(3): 207-216.

Kepplinger, H. M., Geiss, S., & Siebert, S. 2012. Framing Scandals: Cognitive and Emotional Media Effects. *Journal of Communication*, 62(4): 659-+.

## 6. Verletzung des Privaten und der Persönlichkeitsrechte durch Shit-Storms

- Inwiefern könnten Shit-Storms die Persönlichkeitsrechte oder Privatsphäre von Angeklagten verletzen? Ziehen Sie zur Beantwortung dieser theoretischen Frage auch Literatur über Cyberbullying und (schwindende?) Privatsphäre im Internet herbei.
- Untersuchen Sie die Arten von Beleidigungen im Rahmen der online Petitionen eingehender. Entwickeln Sie zunächst eine qualitative Systematik der Beleidigungen und kodieren Sie diese anschliessend quantitativ. Vorschläge für eine Systematik basierend auf vorhandener Literatur wären z.B. a) Richtung der Beschimpfung: gegen Mitkommentator vs. externer Akteur vs. ein

System oder eine Idee; b) direkte Aggression (vulgäre Ausdrucksweise, Beleidigung, expliziter Wunsch jemanden auf aggressive Weise zu bestrafen) vs. indirekte Aggression (Zynismus, Ironie, Sarkasmus). Ergänzen Sie diese Systematik mit eigenen Vorschlägen, entweder aufgrund Theorien (top-down) oder Durchsehen der Kommentare auf [openpetition.de](http://openpetition.de) (bottom-up).

- Welche Art von Angeklagten wird auf welche Art beleidigt? Wann sind Beleidigungen gegen einen externen Angeklagten gerichtet, wann an interne Mitkommentatoren? Welche Formen von Beleidigungen gehen am stärksten mit Protesterfolg einher? Testen Sie die Annahmen empirisch.

#### **Literatur:**

Kayany, J. M. 1998. Contexts of Uninhibited Online Behavior: Flaming in Social Newsgroups on Usenet. *Journal of the American Society for Information Science*, 49(12): 1135-1141.

Nitin, Bansal, A., Mahadev, S., Sharma, Kumar, K., Aggarwal, A., Goyal, S., Choudhary, K., Chawla, K., Jain, K., & Bhasin, M. Classification of Flames in Computer Mediated Communications. *flaminggroup@googlegroups.com*.

Salter, M. 2013. Justice and Revenge in Online Counter-Publics: Emerging Responses to Sexual Violence in the Age of Social Media. *Crime, Media, Culture*.

Solove, D. J. 2007. *The Future of Reputation: Gossip, Rumor, and Privacy on the Internet*. London: Yale University Press.

### **7. Rolle sozialer und klassischer Medien im Rahmen von Shit-Storms**

- Welche Rolle spielen soziale und klassische Medien im Rahmen der Intensität eines Shit-Storms? Während die Verwendung sozialer Medien positiv mit der Intensität eines Shit-Storms korreliert sein sollte, ist die Rolle klassischer Medien nicht so eindeutig. Analysieren Sie zunächst theoretisch inwiefern soziale Medien die Gatekeeper-Funktion von klassischen Medien verändern. Wie zeigen sich diese Veränderungen bei der öffentlichen Skandalisierung von Normverletzungen?
- Leiten Sie Hypothesen zum Verhältnis zwischen online-flaming in online Petitionen (als Proxi von Shit-Storms) und der Berichterstattung in klassischen Medien ab. Berücksichtigen Sie, dass es sich hierbei höchstwahrscheinlich um Moderatoreffekte handeln wird, d.h. bei bestimmten Arten von „Skandalen“ werden klassische Medien eine begünstigende und bei anderen Arten von „Skandalen“ eine untergeordnete Rolle spielen. Welche Moderatoren, z.B. das Thema der Petition, Angegriffene durch eine Petition (Privatperson vs. Organisation), eine damit zusammenhängende Normverletzung (Skandal) oder Nachrichtenfaktoren (z.B. Kontroverse des Themas, Prominenz, Negativschlagzeilen) könnten eine Rolle spielen?

#### **Literatur:**

Dennis, K. 2008. Viewpoint: Keeping a Close Watch– the Rise of Self-Surveillance and the Threat of Digital Exposure. *The Sociological Review*, 56(3): 347-357.

Goode, L. 2009. Social News, Citizen Journalism and Democracy. *New Media & Society*, 11(8): 1287-1305.

Greer, C., & McLaughlin, E. 2011. Trial by media: Policing, the 24-7 news mediasphere and the ‘politics of outrage’. *Theoretical criminology*, 15(1): 23-46.

Williams, B. A., & Carpini, M. X. D. 2004. Monica and Bill All the Time and Everywhere - the Collapse of Gatekeeping and Agenda Setting in the New Media Environment. *American Behavioral Scientist*, 47(9): 1208-1230.

## 8. Anonymität des „Mobs“

- In der Literatur wird oft betont, dass Anonymität in Online-Medien verbale Aggression - und somit potentiell auch Shit-Storms - begünstigt. Begründen Sie zunächst theoretisch warum, wann, und zu welchem Grad dies so sein soll. Gehen Sie auch darauf ein, inwiefern die virtuelle Welt - u.a. durch Anonymitätszusicherung – Macht(im)balancen aus der realen Welt verändern oder sogar umkehren kann.
- Analysieren Sie, welche Art von Anonymität – z.B. der Unterzeichnenden, der Kommentatoren, des Protestinitiators – positiv mit Shit-Storms einhergeht. Können bestimmte Klassen an Protesten unterschieden werden – z.B. nach Thema oder Adressat – die oft mit Anonymität einhergehen? Wer – z.B. Männer vs. Frauen vs. anonym – beleidigt am häufigsten?

### Literatur:

Derks, D., Fischer, A. H., & Bos, A. E. R. 2008. Review: The Role of Emotion in Computer-Mediated Communication: A Review. *Comput. Hum. Behav.*, 24(3): 766-785.

Hirsh, J. B., Galinsky, A. D., & Zhong, C.-B. 2011. Drunk, Powerful, and in the Dark: How General Processes of Disinhibition Produce Both Prosocial and Antisocial Behavior. *Perspectives on Psychological Science*, 6(5): 415-427.

Lange, P. G. 2005. Getting to Know You: Using Hostility to Reduce Anonymity in Online Communication. *Texas Linguistic Forum*, 49: 95–107.

Spears & Lea 1994. Panacea or Panopticon?: The Hidden Power in Computer-Mediated Communication. *Communication Research*, 21(4): 427-459.

## 9. Soziale Gruppennormen und Shit-Storms

- Aufgrund vorliegender Literatur kann davon ausgegangen werden, dass soziale (Gruppen-) Normen einen Einfluss auf das Vorkommen von online-Flaming ausüben. In diesem Rahmen kann z.B. erwartet werden, dass Shit-Storms wahrscheinlicher auftreten 1) in Form von online Flaming gegen gruppenexterne Akteure innerhalb homogener Gruppen, z.B. Gruppen, die sich mit einem (politischen, religiösen, etc.) Thema stark identifizieren, 2) in Form von online Flaming gegen Gruppenmitglieder / Mitkommentatoren innerhalb heterogenen (z.B. religiösen, kulturellen) Gruppen mit schwacher Gruppenidentifikation, 3) je grösser die soziale Distanz zwischen Ankläger und Angeklagtem ist.
- Entwickeln Sie Messansätze zur Operationalisierung (beachten Sie dafür auch die schon vorhandenen Operationalisierungen in der Daten-Tabelle) und prüfen Sie Ihre Annahmen.

### Literatur:

Lea & Spears 1992. Computer-mediated communication, de-individuation and group decision-making. *Int. J. Man-Machine Studies*, 34:283-301.

Moor, P. 2007. Conforming to the Flaming Norm in the Online Commenting Situation. Download unter (16.8.2013): [http://essay.utwente.nl/58838/1/scriptie\\_P\\_Moor.pdf](http://essay.utwente.nl/58838/1/scriptie_P_Moor.pdf)

O'Sullivan, P. B., & Flanagin, A. G. 2003. Reconceptualizing 'flaming' and other problematic messages. *New Media & Society*, 5(1): 69–94.

Postmes, T., & Baym, N. 2005. Intergroup dimensions of Internet. In J. Harwood & H. Giles (Eds.), *Intergroup communication: Multiple perspectives* (pp. 213-238). New York: Peter Lang Publishers. Download unter:

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.107.1275&rep=rep1&type=pdf>

## 10. Weisheit der Vielen?

- In der neueren Literatur wird argumentiert, dass die Kumulation von Informationen in Gruppen zu gemeinsamen („weisen“) Gruppenentscheidungen führen, die oft besser sind als Lösungsansätze einzelner Teilnehmer (Surowiecki, 2007). Allerdings besitzen nicht alle Gruppen die Charakteristiken, die zu „weisen“ Entscheidungen führen. Schlüsselkriterien, die eine weise Gruppe von einer nicht-weisen Gruppe unterscheiden sind Meinungsvielfalt, Unabhängigkeit, Dezentralisierung und Aggregation. Begründen Sie zuerst theoretisch, inwiefern sozialer Einfluss, z.B. durch Informationskaskaden (Bikhchandani, Hirshleifer, & Welch, 1992), den Wisdom of the crowd-Effekt unterminieren kann.
- Beleidigen „weise“ Gruppen in Online-Protesten seltener als „nicht-weise“ Gruppen? Messen Sie die „Weisheit“ von verschiedenen Gruppen und testen Sie Ihre Annahmen.

### Literatur:

Bikhchandani, S., Hirshleifer, D., Welch, I. 1992. A Theory of Fads, Fashion, Custom, and Cultural Change as Informational Cascades. *Journal of Political Economy*, 100(5): 992-1026.

Lorenz, J., Rauhut, H., Schweitzer, F., & Helbing, D. 2011. How social influence can undermine the wisdom of crowd effect. *PNAS*, 108(22): 9020–9025.

Surowiecki, J. 2007. Die Weisheit der Vielen. Warum Gruppen klüger sind als der Einzelne (Originaltitel: „The wisdom of crowds. Why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economies, societies and nations“). Goldmann, München.

Wexler, M. N. 2011. Reconfiguring the sociology of the crowd: exploring crowdsourcing. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 31(1/2): 6-20