



**SEMINAR:  
SHIT-STORMS**

Katja Rost & Bruno S. Frey

# Beispiele



## Bloß nicht zurücktreten!

Annette Schavan hat ihren Dokortitel verloren, die Opposition fordert den Rücktritt. Die Regierung sollte auf keinen Fall nachgeben, kommentiert Ruben Karschnick.



# Manchmal trivial ... Die nackte Banane

---



# Was sind «Shitstorms»?

---



“(…) the sudden discharge of **large** quantities of messages containing **negative** word-of-mouth and **complaint** behavior **against** a person, company, or group in **social media** networks”

(Pfeffer, Zorbach, & Carley, 2013, p.2)

»(...) einen online aufflackernden, sich rasend steigernden Sturm der Empörung, der sich gegen Einzelne, aber auch gegen Gruppen oder Unternehmen richten kann» (Pörksen, 2012)

Shit-Storm als Paradoxie, indem «Versuch der Kontrolle unbotmässigen Verhaltens in Form der Selbstjustiz selbst ausser Kontrolle [gerät] » und «das Ansinnen, eine wütend kommentierte Normverletzung zu ahnden, verwandelt sich selbst in eine Normverletzung eigener Art» (Pörksen, 2012, p.14-15)

**Synonyme:** Flamewar, Online Firestorm, “Menschenfleischsuche”

# Intensität von Shitstorms

SHITSTORM SKALA	WINDSTÄRKE	WELLENGANG	SOCIAL MEDIA	MEDIEN-ECHO
<b>0</b>	Windstille	völlig ruhige, glatte See	Kein kritischen Rückmeldungen.	Keine Medienberichte.
<b>1</b>	leiser Zug	ruhige, gekräuselte See	Vereinzelt Kritik von Einzelpersonen ohne Resonanz.	Keine Medienberichte.
<b>2</b>	schwache Brise	schwach bewegte See	Wiederholte Kritik von Einzelpersonen. Schwache Reaktionen der Community auf dem gleichen Kanal.	Keine Medienberichte.
<b>3</b>	frische Brise	mässig bewegte See	Andauernde Kritik von Einzelpersonen. Zunehmende Reaktionen der Community. Verbreitung auf weiteren Kanälen.	Interesse von Medienschaffenden geweckt. Erste Artikel in Blogs und Online-Medien.
<b>4</b>	starker Wind	grobe See	Herausbildung einer vernetzten Protestgruppe. Wachsendes, aktives Follower-Publikum auf allen Kanälen.	Zahlreiche Blogs und Berichte in Online Medien. Erste Artikel in Print-Medien.
<b>5</b>	Sturm	hohe See	Protest entwickelt sich zur Kampagne. Grosser Teil des wachsenden Publikums entscheidet sich fürs Mitmachen. Pauschale, stark emotionale Anschuldigungen, kanalübergreifende Kettenreaktion.	Ausführliche Blog-Belträge. Follow-Up-Artikel in Online-Medien. Wachsende Zahl Artikel in klassischen Medien (Print, Radio, TV).
<b>6</b>	Orkan	schwere See	Ungebremster Schneeball-Effekt mit aufgepeitschtem Publikum. Tonfall mehrheitlich aggressiv, beleidigend, bedrohend.	Top-Thema in Online-Medien. Intensive Berichterstattung in allen Medien.

# Mittelalterliche Zustände im digitalen Zeitalter? Warum...



**1**

- Sind gekennzeichnet durch Vorurteile
- Potenzial für Falschmeldungen
  - Verletzung von Persönlichkeitsrechten

## **Unterdeterminieren traditionelle Medien und den Berufsethos von Journalisten**

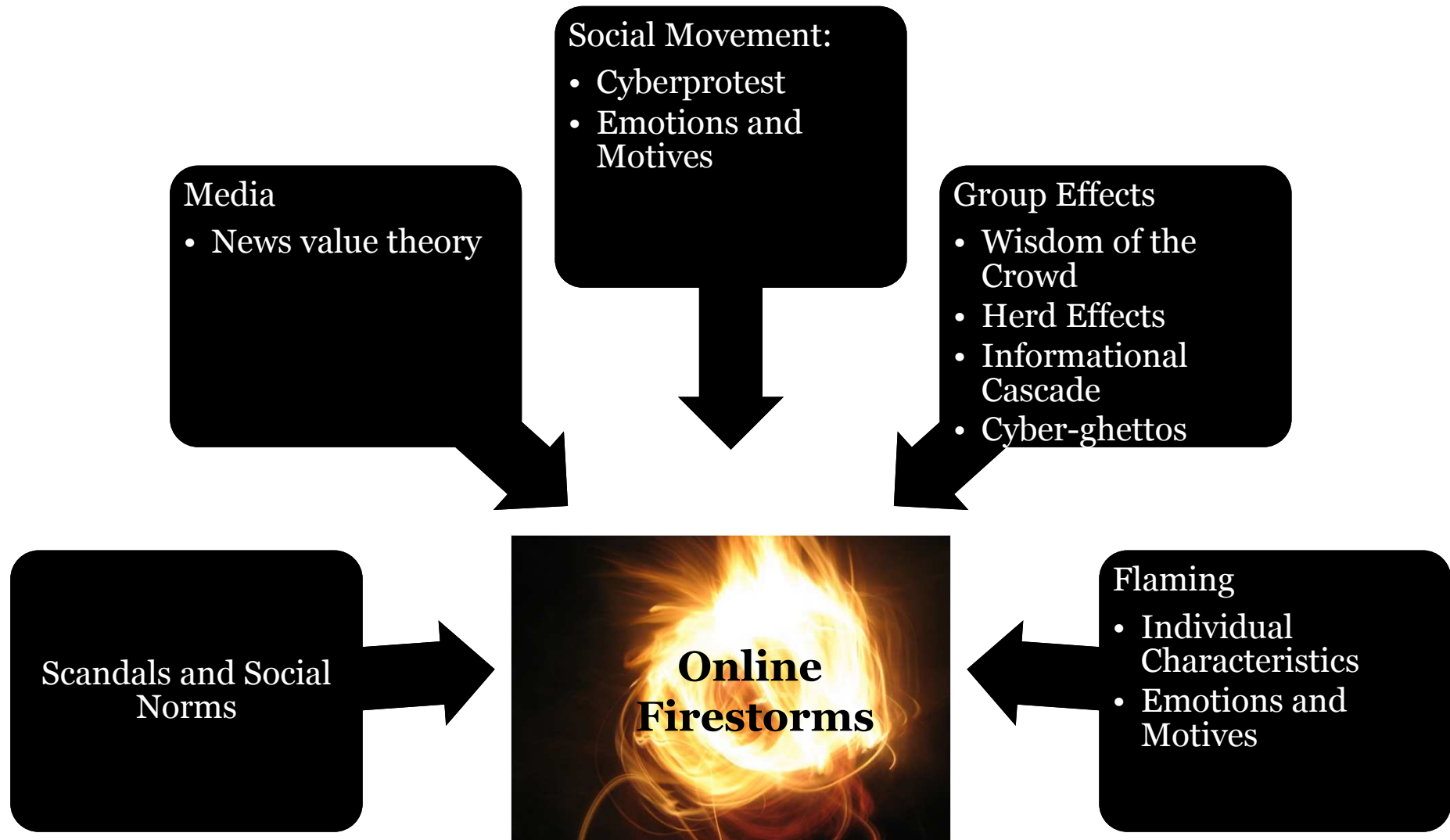
**2**

- Sind eingebettet in ein öffentliches Klima des Aufschreis
- Vgl. Online-Dynamiken, wie Aufstände (z.B. Arabischer Frühling) oder Soziale Bewegungen (e.g. Occupy Wall Street)
  - Vgl. soziale Normverletzungen in anderen Bereichen (z.B. CEO Vergütung)

## **Scheinen ein generelles sozialen Phänomen heutiger Gesellschaften**

# Verbundene Theorien und Konzepte

---



## «Der entfesselte Skandal»

---

- Initiatoren und Enthüller nicht mehr nur Journalisten, sondern auch Blogger(-Schwärme), online “Mobformationen”, oder Einzelpersonen
- Neuartige weitverbreitete Aufzeichnungsmedien: Handys, Digitalkameras, Verbreitungsmedien im Social Web (facebook, Youtube etc.)
- Neue Opfer: Gesellschaftliche Fallhöhe kein Schlüsselkriterium für Skandalisierung mehr
- Erweiterung von Themenspektrum: “Interessantheit dominiert Relevanz”
- Einst passives Publikum agiert nun als Taktgeber und kann selbst zum Akteur werden
- Keine Qualitätsüberprüfung der online frei flottierenden Information
- Kontrollverlust der Skandalisierten: Weniger Möglichkeit des Skandalmanagements
- Kollaps der Kontexte: Informationen können leicht aus ursprünglichem Kontext gerissen und verzerrt dargestellt werden



# Stand der Forschung

---

## **Drivers of scandals**

- Facts (e.g. newness, proximity, big names, oddity, conflict, sex, curiosity, emotions)
- Framing (e.g. commercial orientation towards audience interest and ideology)
- Public image of the scandalous actor
- Degree of collective participation
- Silly season

## **Drivers of collective protest**

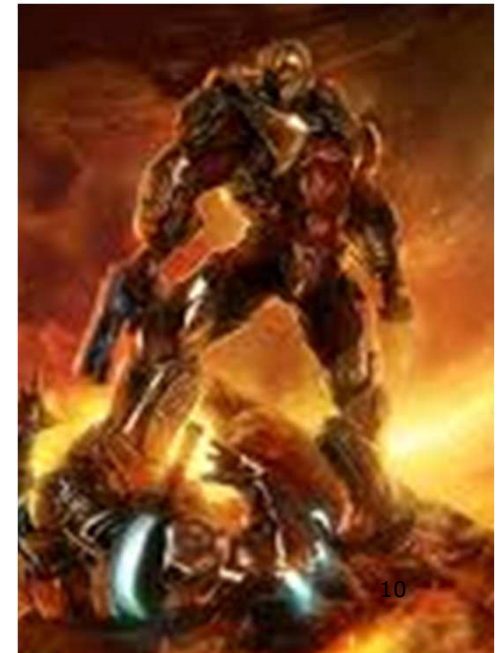
- Political, fairness, ideological, moral motives (social norm violation)
- Group size

## **Drivers of flaming** (i.e. text-based hostile, insulting and aggression expression between internet users)

- Anonymity
- Demographics (e.g. being male)
- Group heterogeneity and group norms
- Emotions (e.g. anger)
- Social circumstances (e.g. anxiety)

# **Weise Massen? Demokratisches Internet? Ein Erklärungsversuch von Shitstorms**

- **How** can online firestorms described and measured?
- **Who** is affected? Who contributes?
- **When**, i.e. under which circumstances do online firestorms reach large intensities?
- **Where**, i.e. in which surrounding do online firestorms more frequently occur?
- **What** are the consequences for the attackers and the attacked?
- **Why** are people in online media so hostile, insulting and aggressive?
- **Which** role play traditional media and journalists in online firestorms?



# Relevant aber wenig erforscht. Warum?

---

## Current research

- Case studies of shitstorms which have been entitled as «shitstorms» by journalists, consultants or press agents
- Missing reference group
- (Laboratory experiments on the blogging of students)

## Why?

- What is the study population and how can we get access to?
- How can we compare different data sources, especially different kinds of social media (facebook, blogs, twitter etc.)
- What is the typical case for a non-existing «shitstorm»?
- And: What is a «shitstorm»???

# Vorgeschlagene Methode

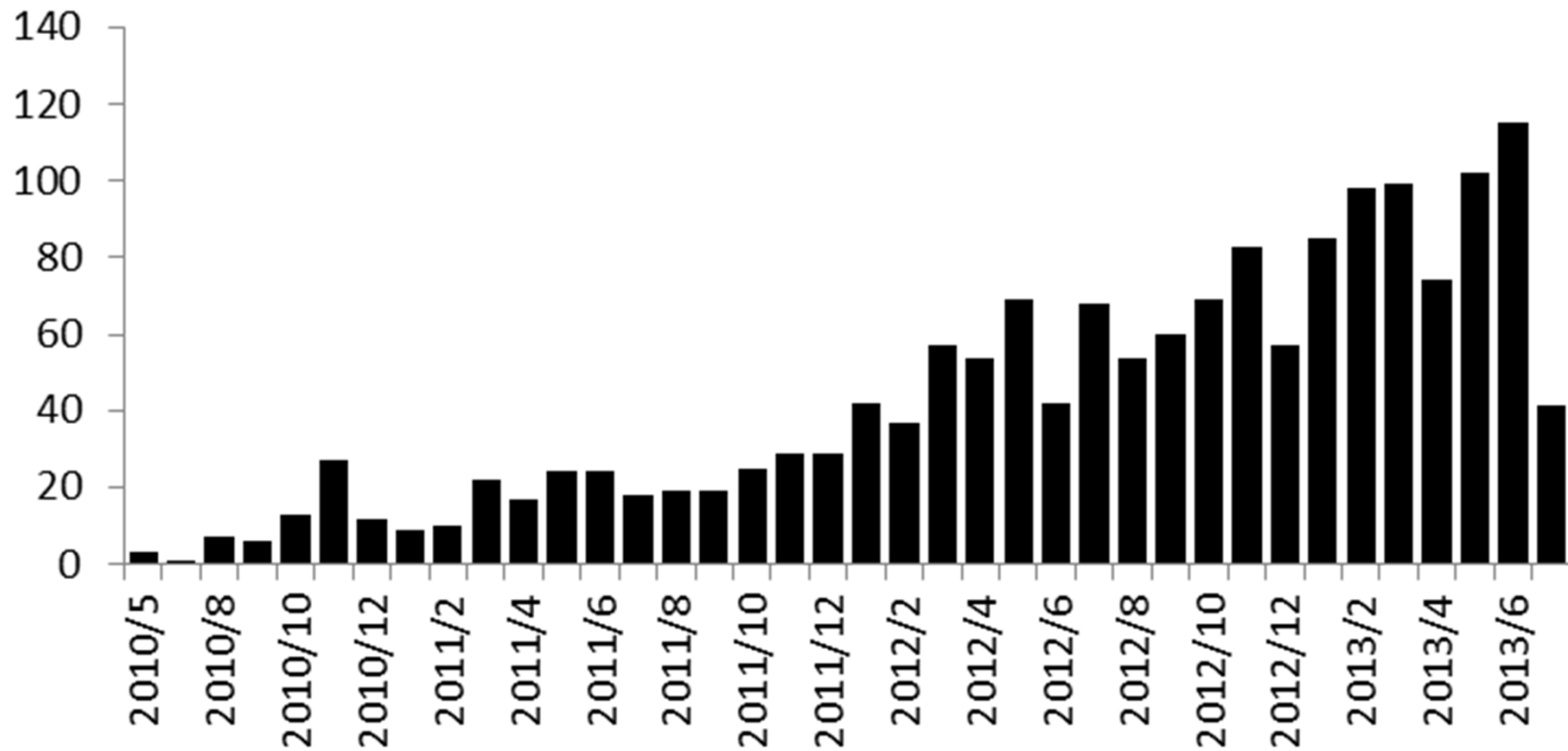
---

Whole population of 1,623 online petitions submitted to [www.openpetitions.de](http://www.openpetitions.de) till August 2013

- Shitstorm are often triggered or surrounded by online petitions but not all online petitions are hostile, insulting and aggressive, i.e high variance of cases
- External validity (real life context)
- Comparability of cases due to same data source
- Richness of available data (detailed information about the case, the attackers, the attacked, the supporters, order of events, comments, debates, goal attainment)
- Allows matching with media coverage in traditional media and other social media

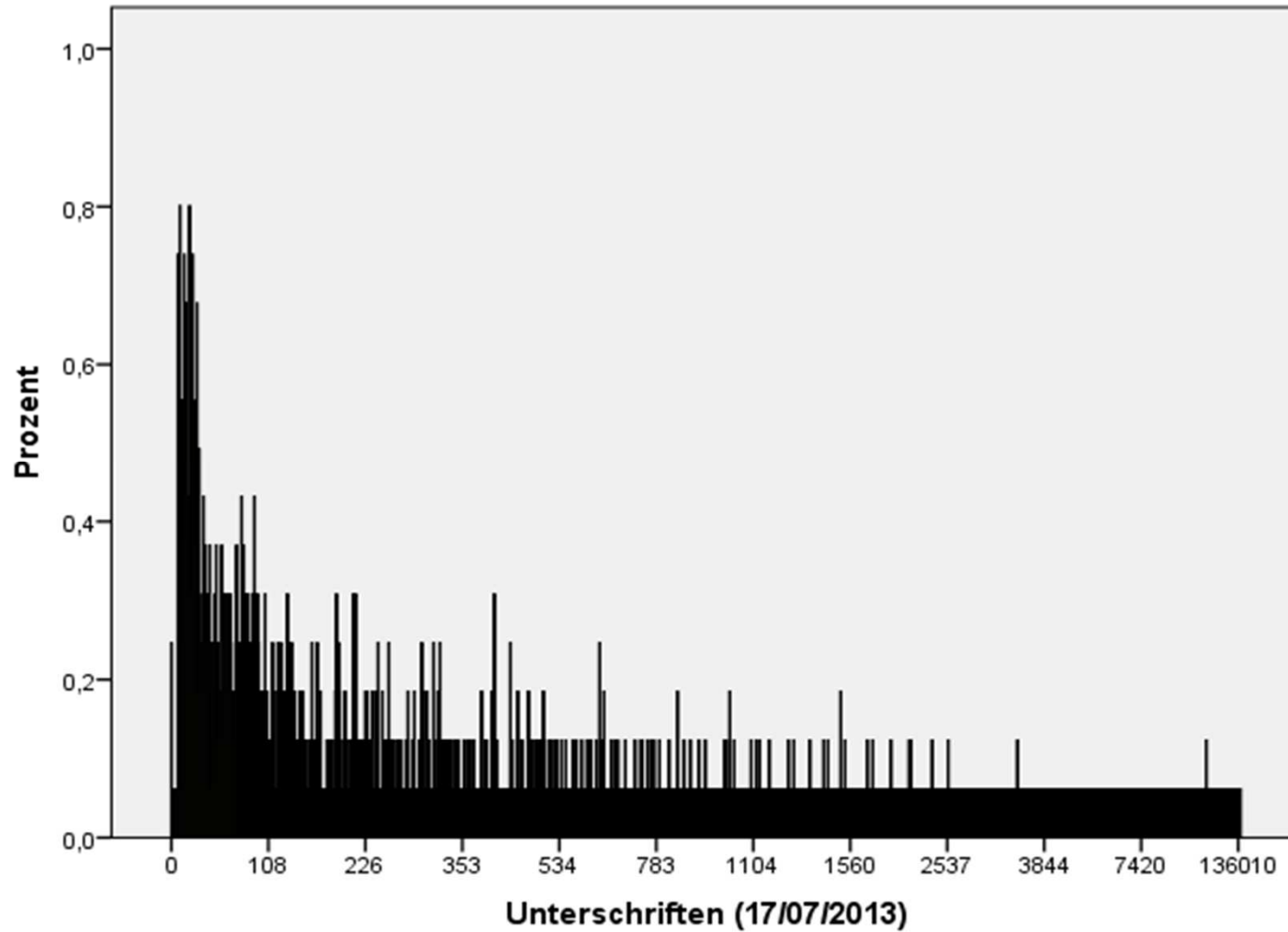
# Zeitraum und Vorkommen der Online-Petitionen

---



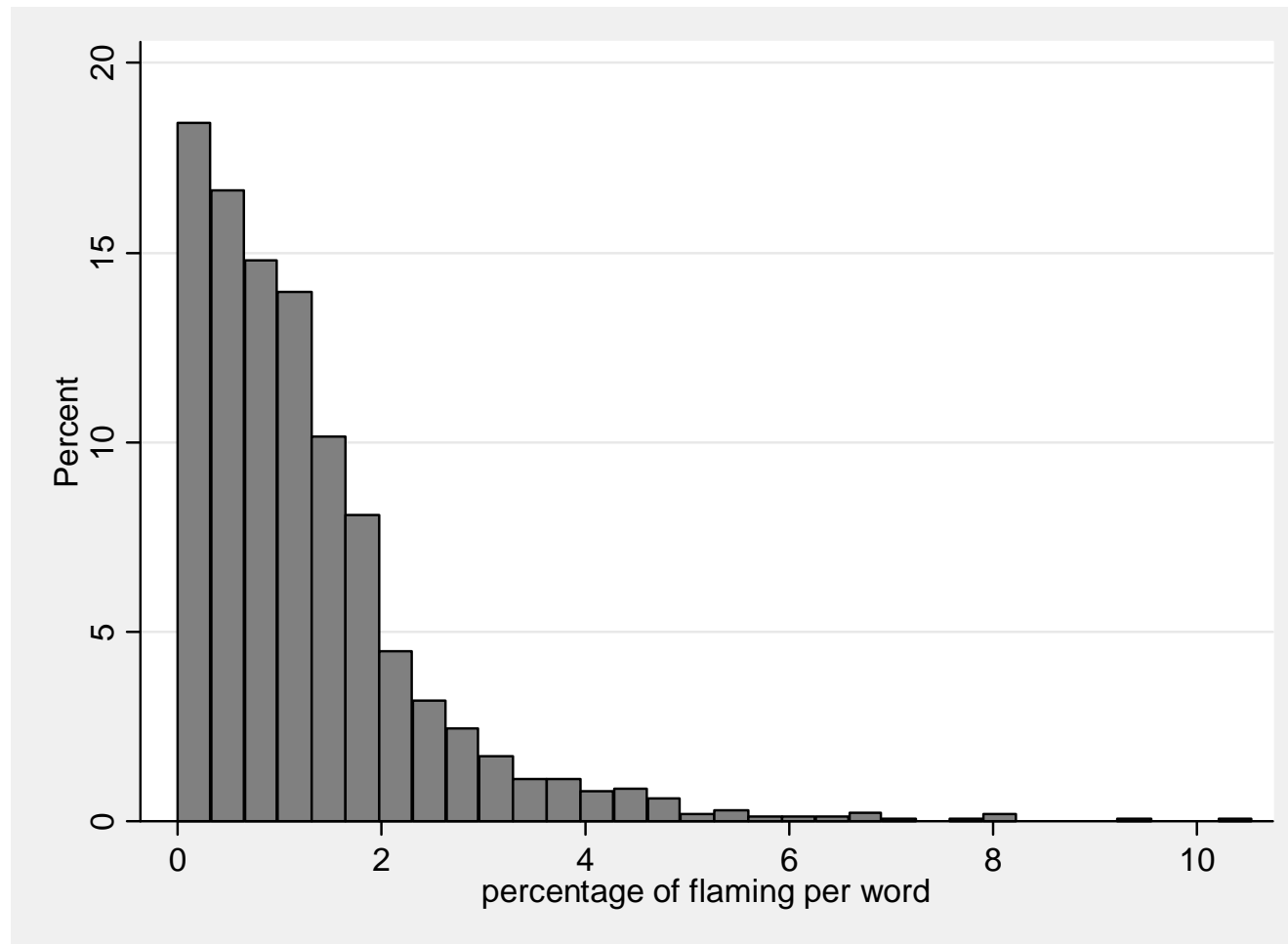
# Aktive Unterstützer

---



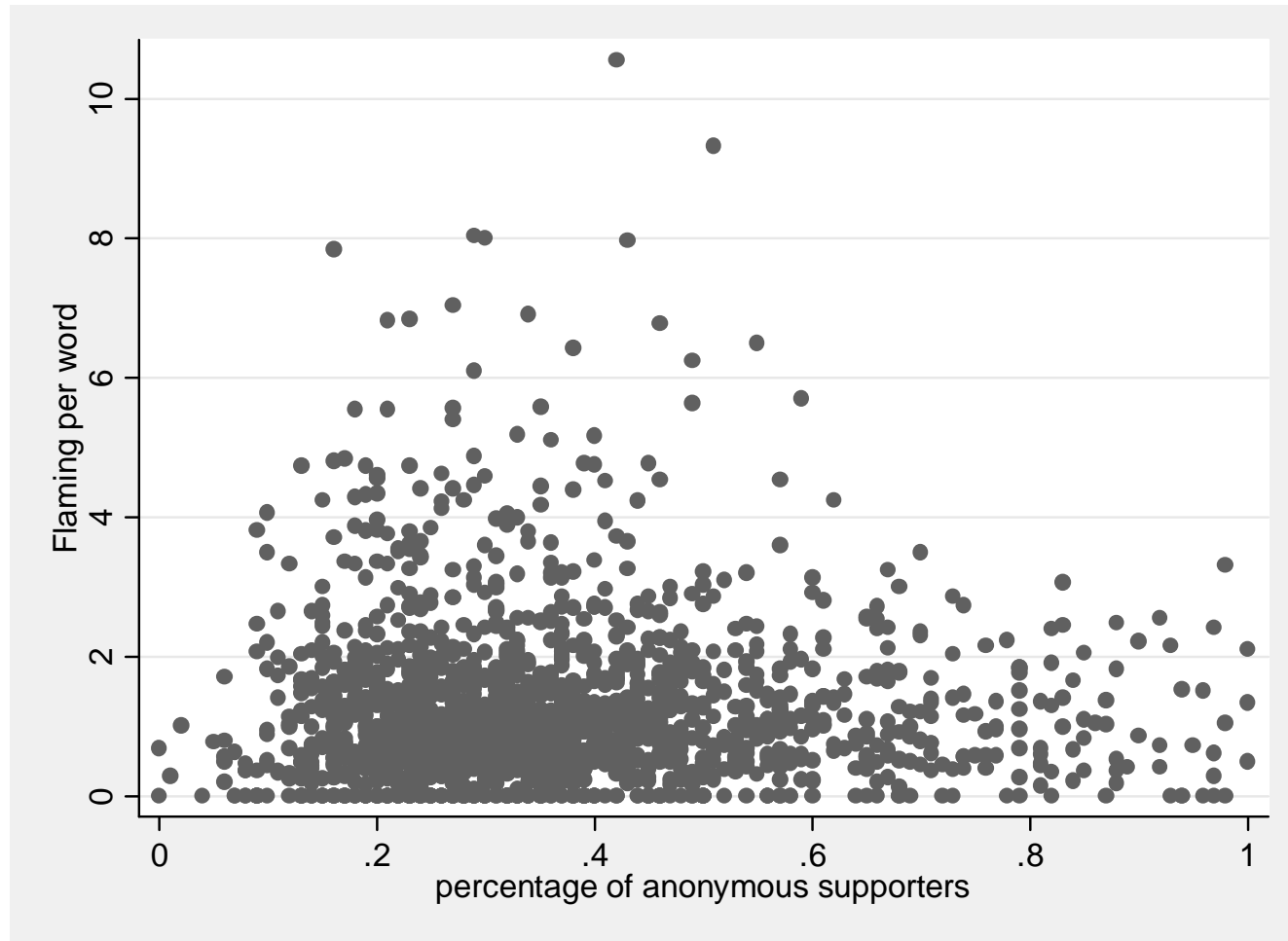
# Intensität von Online-Beleidigungen

---



# Anonymity und Flaming

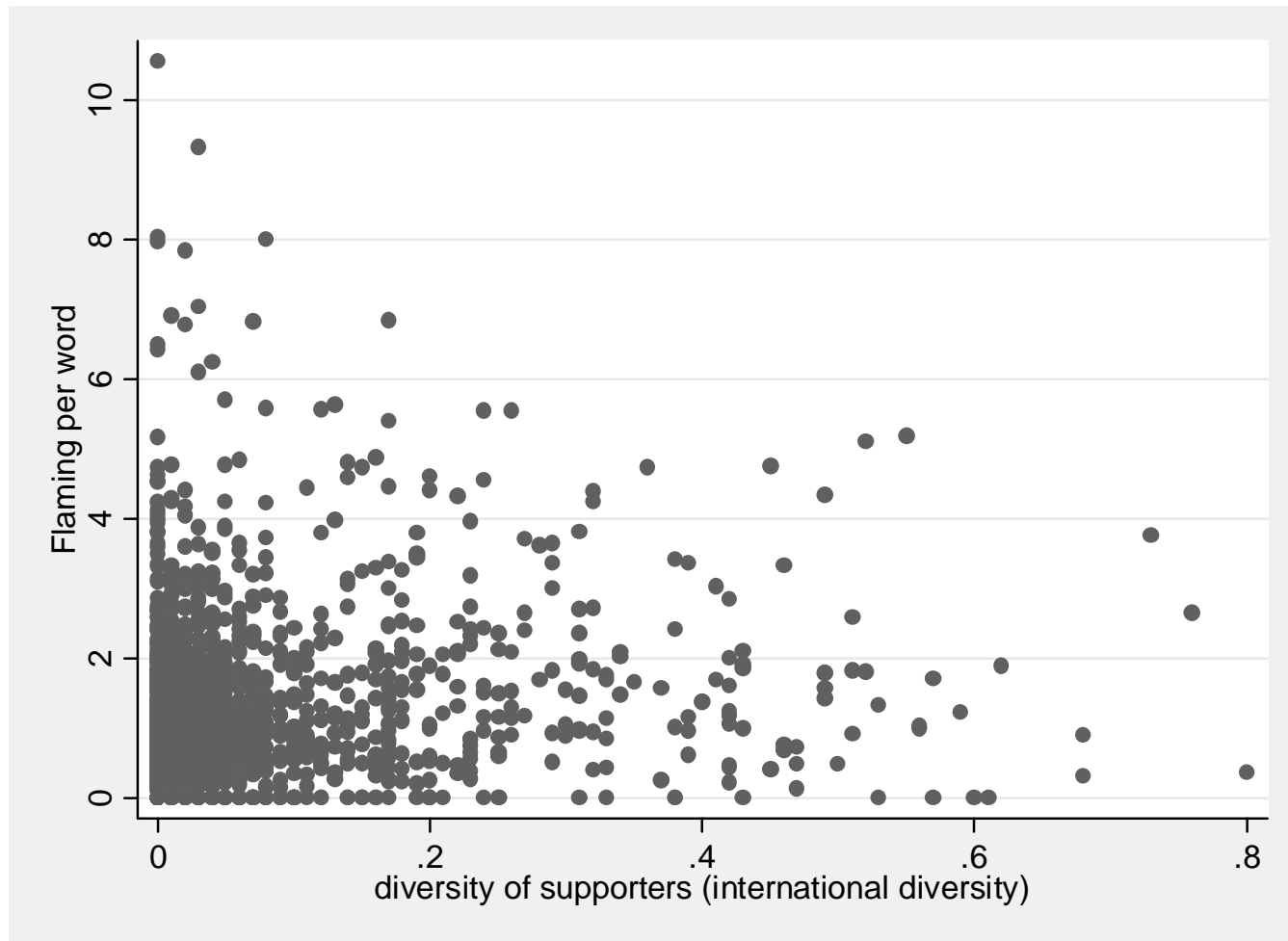
---





# Gruppenhomogenität und Flaming

---



# Seminarablauf

---

- Gruppeneinteilung auf die Themen (Vorstellung folgt)
- Leistungen
  - Mithilfe bei der Datenerhebung (Grossteil an Daten liegt vor)
  - 5 min. Kurzpräsentation des Gruppenthemas und der Variablen für die Erhebung mit der Mgl. für Fragen
  - 15-20 min. Abschlusspräsentation des Gruppenthemas (letzte 3-4 Daten des Seminars)
  - Ca. 20 Seiten selbstständige Seminararbeit (dieses oder nächstes Semester)

# Oft gestellte Fragen

---

- Warum muss ich Daten erheben?
  - Um einen besseren Einblick in den Forschungsprozess/ die Fragstellung zu erhalten (und in Excel...)
- Wie stark muss ich mich an die Themenvorgabe halten?
  - Nicht stark – Kreativität und Eigenleistung werden erwartet?
- Kann ich auch qualitativ an mein Gruppenthema herangehen?
  - Auf jeden Fall – aber bitte mit den konkreten Daten (z.B. Kommentaren) arbeiten, theoriegeleitet vorgehen und ein konkrete Methode!!  
Heranziehen
- Müssen alle Gruppenmitglieder präsentieren?
  - Nein – aber es empfiehlt sich. Allerdings müssen alle mitarbeiten (keine Trittbrettfahrer!)
- Brauche ich Statistik- und Methodenvorkenntnisse
  - Nein – wir üben alles im Kurs. Zudem können auch einfache deskriptive Auswertungen informativ sein (diese lügen nicht...)
- Kann die Seminararbeit auch zu einem anderen Thema aus dem Seminar sein?
  - Ja; aber mehr Aufwand

# 1) Charakteristische Merkmale eines Shit-Storms

---

## Mögliche Fragestellung(en):

Wie wird ein Shit-Storm in der Literatur definiert?

Welche Merkmalsattribute sollten folglich zur Messung eines Shit-Storms herangezogen werden?

Theoretisch: Sind „Shit-Storms“ ein „neues“ Phänomen?

Theoretisch: Inwiefern tragen die oben genannten Konzepte zur Beschreibung von Shit-Storms bei?

## **2) Ursachen und Kontextbedingungen von Shit-Storms**

---

### **Mögliche Fragestellung(en):**

Gibt es innerhalb der online Petitionen Faktoren, die die Wahrscheinlichkeit für aggressive online-Kritik erhöhen bzw. senken, z.B. bestimmte Themenfelder (Arbeitsrechte, Geldforderungen, Personenabsetzungen), Angeklagte (Organisationen, eine Industrie oder Privatpersonen), etc.?

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

---

#### **Mögliche Fragestellung(en):**

Auf welche Faktoren kann eine unterschiedlich hohe Unterstützung von Petitionen trotz ähnlichem Petitions-Ziel zurückgeführt werden? Welche Faktoren determinieren unterschiedliche (Protest-) Reaktionen auf Normverletzungen? (z.B. Framing des Petitionstextes oder Bekanntheitsgrad des Angeklagten)

Könnten hier Nachrichtenfaktoren eine Rolle spielen?

## 4) Motive für einen Shit-Storm

---

### **Mögliche Fragestellung(en):**

Welche Eigenmotive werden in online Petitionen von den Unterstützern explizit genannt oder z.B. durch den Petitionstext implizit ausgedrückt?

Welche Art von Motiven, z.B. „economic self-interest“, Gerechtigkeitsempfinden, oder Rache begünstigen Flaming oder Shit-Storms?

## 5) Emotionen und Shit-Storms

---

### **Mögliche Fragestellung(en):**

Welche Emotionen (z.B. Ärger, Wut, Traurigkeit, in Form von expliziter Kommunikation, nach Derks, Fischer, & Bos, 2007) begleiten online-Flaming (= Beleidigungen) im Rahmen von online Petitionen?

Welche Emotionen scheinen online Flaming weniger zu begleiten?

Theoretisch: Was kann mit «Irrationalität» in menschlichen Handlungen gemeint sein, z. B. nach Jasper (1998)? Wann sind Handlungen «irrational», wann nicht? Und sind emotionsbasierte Handlungen zwangsläufig «irrational»?



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

---

### **Mögliche Fragestellung(en):**

Theoretisch: Inwiefern könnten Shit-Storms die Persönlichkeitsrechte oder Privatsphäre von Angeklagten verletzen?

Welche Art von Angeklagten wird auf welche Art beleidigt?

Wann sind Beleidigungen gegen einen externen Angeklagten gerichtet, wann an interne Mitkommentatoren?

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

---

### **Mögliche Fragestellung(en):**

Wie ist das Verhältnis zwischen online-Flaming in online Petitionen (als Proxi von Shit-Storms) und der Berichterstattung in klassischen Medien? Verstärkt u.U. Medienberichterstattung über das Thema die Intensität von Shit-Storms?

Welche Moderatoren, z.B. das Thema der Petition, eine damit zusammenhängende Normverletzung (Skandal), oder Nachrichtenfaktoren (z.B. Kontroverse des Themas, Prominenz, Negativschlagzeilen) könnten eine Rolle spielen?

## 8) Anonymität des „Mobs“

---

### **Mögliche Fragestellung(en):**

Welche Art von Anonymität bzw. von welchem Akteur geht positiv mit Shit-Storms einher? Welche Form von Protest geht mit Anonymität einher (z.B. Thema)?

Unterscheiden sich Männer und Frauen unter Anonymität im Ausdruck von negativer Emotion wie Wut?  
(widersprüchliche Ergebnisse in Studien; siehe Derks, Fischer, & Bos 2008 und für alternative Befunde Alonzo & Aiken, 2004)

Theoretisch: Führt Anonymität von Interaktionspartnern in CMC verstärkt zu Status-Gleichstellung und Demokratisierung von Entscheidungsfindung oder können sich Machtbeziehungen sogar verstärken?

## **9) Soziale Gruppennormen und Shit-Storms**

---

### **Mögliche Fragestellung(en):**

Wie hängt Homogenität oder Identifikation innerhalb der Petitionsgruppen mit Richtung von Flaming (gegen externen Akteur vs gegen internen Mitkommentator) zusammen?

Wie wirkt sich die soziale Distanz zwischen den Kommentatoren und den angeklagten Akteuren in den Petitionen auf die Flamingintensität aus?

## 10) Weisheit der Vielen?

---

Kollektive Intelligenz: Kumulation von Informationen in Gruppen können zu gemeinsamen („weisen“) Gruppenentscheidungen führen, die oft besser sind als Lösungsansätze einzelner Teilnehmer (Surowiecki, 2007)

Schlüsselkriterien: Meinungsvielfalt, Unabhängigkeit, Dezentralisierung und Aggregation.

### **Mögliche Fragestellung(en):**

Beleidigen „weise“ Gruppen in Online-Protesten seltener als „nicht-weise“ Gruppen?