

02/26

SOCIAL PROOF REPORT

GOSSIP & HATE



AUSGABE

6



social-proof.org
kontakt@social-proof.org

PSYCHOLOGISCHE TRENDS

AUS DER DIGITALEN JUGENDKULTUR FÜR SCHULE & WORKSHOPS

Es beginnt oft klein. Ein Satz im Chat, ein Kommentar unter einem Video, ein kurzes „**Hast du schon mitbekommen, was bei X los ist?**“ Und sofort entsteht dieses Gefühl, dass da etwas Wichtiges in der Luft liegt. Wer es weiß, **gehört dazu**. Wer es weitererzählt, bekommt **Aufmerksamkeit**. Gossip fühlt sich deshalb nicht wie Aggression an, sondern wie **soziale Währung**.

Das Problem ist, dass diese Währung online anders funktioniert als im echten Leben. Was im Klassenraum oft nach zwei Minuten wieder verpufft, **kann im Netz stehen bleiben**, weitergetragen werden und sich **verselbstständigen**. Eine Beobachtung wird zur Story. Eine Story wird zur Bewertung. Und irgendwann ist die Person, um die es geht, **nicht mehr Mensch, sondern Material**.

Der Fall „**Brave Mädchen**“ zeigt das besonders deutlich, weil hier Gossip nicht zufällig entstanden ist, sondern Teil des Plans war. „Brave Mädchen“ ist ein funk-Podcast, moderiert von zwei Creatorinnen, der Ende August 2025 gestartet ist und als „freches, direktes Gesprächsformat“ für junge Frauen angekündigt wurde. In den ersten Folgen ging es aber nicht nur um eigene Erfahrungen, sondern auch um **sehr zugespitzte Urteile über andere Personen**, unter anderem über andere Influencerinnen. Das wurde schnell als respektlos und abwertend wahrgenommen, gerade weil das Format öffentlich-rechtlich finanziert ist. Aus Kritik wurde eine größere Debatte, es gab zahlreiche Beschwerden, und funk kündigte nach wenigen Folgen eine Veröffentlichungspause an, um das Format zu überarbeiten und künftig einen respektvolleren Diskurs zu ermöglichen. Genau an diesem Punkt sieht man, wie schnell ein „Läster-Konzept“ außer Kontrolle geraten kann, sobald **Publikum, Empörung und Plattformdynamiken** übernehmen.

Dieser Report schaut auf Hate und Gossip als **Alltagspraxis** in digitaler Jugendkultur. Wie entstehen diese Spiralen, warum ziehen sie so stark, und wie merkt man, dass man gerade in etwas reingerät, das man später nicht mehr einfangen kann. Es geht um Mechaniken, Sprache und um Situationen, in denen Jugendliche Orientierung brauchen, weil die Plattformen selbst keine anbieten.

RELEVANZ DES THEMAS

Gossip und Hate sind längst **kein Nebengeräusch** mehr. Sie sind ein wiederkehrendes Format. Auf TikTok, YouTube, Instagram und in Chats wird **ständig** über andere gesprochen, bewertet, eingeordnet. Mal wirkt das wie harmlose Unterhaltung, mal wie „kritischer Kommentar“. **In der Praxis verschwimmen diese Grenzen jedoch schnell**, weil Sichtbarkeit und Reichweite die Stimmung anheizen.

Gerade für Jugendliche ist das relevant, weil es direkt an **zwei Grundbedürfnisse** andockt. Erstens an **Zugehörigkeit**. Wer „die Story“ kennt, gehört dazu. Zweitens an **Status**. Wer schlagfertig ist, wer das beste Urteil hat, wer den härtesten Spruch droppt, bekommt Aufmerksamkeit. Das ist sozial wirksam, auch wenn es moralisch schräg ist.

Gossip ist dabei nicht automatisch böse. Menschen reden seit jeher über andere, um Regeln auszuhandeln, Unsicherheit zu sortieren oder Nähe herzustellen. Das Problem beginnt dort, wo die Person, über die gesprochen wird, **nicht mehr als Mensch vorkommt, sondern als Figur**. Dann wird aus „wir reden über ein Verhalten“ ein „wir definieren einen ganzen Menschen“. Und genau an dieser Stelle entstehen die **Brücken in Richtung Hate**.

Online eskaliert das besonders leicht, weil die Dynamik sich selbst verstärkt. Ein Clip wird aus dem Kontext gerissen. Eine Beobachtung wird zur Behauptung. Eine Behauptung wird zur Identität. **Wer widerspricht, riskiert selbst Ziel zu werden**, also schweigen viele. **Gleichzeitig belohnt die Plattformlogik Zuspitzung**. Empörung klickt besser als Einordnung. Spott ist schneller als Nachdenken. Und wenn viele mitmachen, fühlt es sich plötzlich normal an.

Der „Brave Mädchen“-Fall zeigt diese Mechanik wie unter dem Brennglas. Ein Format, das bewusst mit Provokation und Bewertung arbeitet, kann kippen, sobald Publikum, Kommentarspalten und mediale Aufregung übernehmen. Am Ende entsteht nicht nur Kritik am Inhalt, sondern eine **Stimmung, die sich gegen Menschen richtet**. Das ist der Punkt, an dem es nicht mehr um Meinung geht, sondern um Abwertung.

Im Kontext Schule ist das Thema deshalb so wichtig, weil die Folgen nicht im Internet bleiben. Gossip und Hate verändern **Gruppendynamiken** in Klassen, schieben Rollen zu, erzeugen Angst vor Ausschluss und machen es schwerer, Konflikte fair zu klären. Wer ständig erlebt, dass soziale Zugehörigkeit über Abwertung funktioniert, nimmt diese Logik mit in den Alltag. Genau hier setzt Prävention an. Nicht mit dem Appell „Seid nett“, sondern mit dem Verständnis dafür, **wie aus Mitreden Mitmachen wird** und wie man diese Spirale früh unterbrechen kann.

PSYCHOLOGISCHE EINORDNUNG

Gossip ist erst mal kein neues Phänomen und auch **nicht automatisch „böse“**. Psychologisch erfüllt er eine Funktion, die man in Gruppen immer wieder sieht: Er hilft dabei, **sich zu orientieren**. Wer gehört wie dazu? Was gilt als okay? Wem kann man vertrauen? Forschung beschreibt Gossip unter anderem als **Form von sozialer Information** und als Werkzeug, mit dem Gruppen **Normen** klären und **Zugehörigkeit** herstellen.¹

Gerade in der Jugend wird das besonders spürbar. **Beziehungen, Status und Identität sind in Bewegung**, während das Bedürfnis nach Sicherheit und Anerkennung hoch ist. Gossip kann dann wie ein schneller Abgleich wirken. Man verhandelt Regeln, manchmal auch indirekt, und lernt nebenbei, welche Rollen es in der Gruppe gibt. In Studien wird genau diese „**vicarious learning**“-Komponente beschrieben, also Lernen über andere, ohne alles selbst ausprobieren zu müssen.²

Das Kippen passiert meist nicht an einem einzelnen Satz, sondern an einer kleinen Verschiebung. **Es geht plötzlich weniger um Verhalten und mehr um Identität**. Aus „Das war unfair“ wird „So ist sie halt“. Damit verliert die betroffene Person **Spielraum** und wird auf ein Etikett reduziert. In der Psychologie ist das ein typischer Weg, wie Abwertung leichter wird, weil Komplexität verschwindet und Menschen zu Figuren werden. In der Cyberbullying-Forschung taucht das als Teil von „**moral disengagement**“ auf, also Mechanismen, mit denen man sich selbst entlastet, während man anderen schadet.³

Warum fühlt sich diese Dynamik so oft „berechtigt“ an? **Weil Gossip gerne moralisch gerahmt wird**. Man erzählt nicht einfach, was passiert ist, man bewertet es gleich mit. Moralische Empörung ist dabei ein starker sozialer **Klebstoff**. Sie signalisiert: Ich stehe auf der richtigen Seite. Und sie hat in digitalen Räumen einen klaren Verstärker, weil moralisch-emotionale Formulierungen sich nachweislich **schneller verbreiten**.⁴

Ein hilfreicher Unterschied für den Alltag ist daher nicht „Gossip ja oder nein“, sondern die Frage, ob über **Verhalten** gesprochen wird, das sich überprüfen lässt, oder ob eine **Person als Ganzes** abgewertet wird. Gossip kann Gruppen schützen, zum Beispiel wenn er vor normverletzendem Verhalten warnt. Er wird gefährlich, sobald er zur **sozialen Waffe** wird, die jemanden festnagelt und Ausschluss organisiert.⁵



PSYCHOLOGISCHE EINORDNUNG

Online wird aus dieser sozialen Waffe schneller ein **Flächenbrand**, weil Hemmschwellen anders funktionieren. Ein zentraler Erklärungsansatz ist der „**online disinhibition effect**“. Menschen sagen im Netz häufiger Dinge, die sie face to face nicht sagen würden, unter anderem wegen Anonymität, Unsichtbarkeit, zeitversetzter Kommunikation und dem Gefühl, dass Autorität weit weg ist.⁶

Dazu kommt ein **psychologischer Bias**, der in Kommentarspalten wie ein Brandbeschleuniger wirkt. **Negative Informationen ziehen stärker und bleiben besser hängen als neutrale oder positive.** Das ist kein Internet-Problem, sondern ein gut belegtes Grundmuster menschlicher Verarbeitung. In einem Feed, der um Aufmerksamkeit konkurriert, **gewinnt dadurch oft das Harte, Spitze, Empörte.**⁷

Dann entsteht das, was man als „**Pile-on**“ kennt. Viele einzelne Kommentare wirken jeweils klein, **zusammen werden sie überwältigend.** Gleichzeitig sinkt das Verantwortungsgefühl, weil so viele beteiligt sind. Genau diese Logik beschreibt der klassische **Bystander-Effekt**: Je mehr Zuschauende es gibt, desto eher denkt jede einzelne Person, dass jemand anderes schon eingreifen wird. Online sieht man das besonders, weil Publikum immer mitläuft.⁸

Ein weiterer Verstärker ist **Gruppenlogik**. Wenn Menschen sich überwiegend mit Gleichgesinnten austauschen, werden Positionen oft **extremer**, nicht moderater. Das nennt man **Gruppenpolarisierung**, und es ist für digitale Dynamiken gut beschrieben.⁹

Und dann gibt es noch einen Punkt, der im **Creator-Kontext** ständig mitschwingt. **Parasoziale Beziehungen** bedeuten, dass sich eine einseitige Nähe zu Medienpersonen anfühlen kann wie echte Vertrautheit. Das kann Fans binden, es kann aber auch Anspruch erzeugen. Wer sich emotional „**nah**“ fühlt, reagiert manchmal besonders heftig, wenn Erwartungen enttäuscht werden. Das Konzept ist seit Horton und Wohl ein Klassiker und wurde für moderne Medien weitergedacht.¹⁰

Wichtig für Schule und Workshops ist dabei die klare Botschaft: Hate ist selten ein individuelles „Monster“, sondern oft das Ergebnis einer Situation, die Hemmungen senkt und Mitmachen belohnt. Gleichzeitig zeigen Meta-Analysen zu Cyberbullying, dass Betroffene mit belastenden Outcomes zusammenhängen, unter anderem **Stress** und **Suizidgedanken**. Das macht die Dynamik so ernst, auch wenn sie häufig als „nur Kommentare“ abgetan wird.¹¹

KURZER WORKSHOP IMPULS

“Satz-Check: Gossip oder Hate?” (10–15 Min.)

Die Lehrkraft bringt 6–10 kurze Beispiel-Sätze mit (aus Chats, Kommentaren, Pausenhof-Sprache), anonymisiert und ohne Namen. In Kleingruppen werden die Sätze erst sortiert, dann kurz umgeschrieben.

Sortiert werden kann in drei Felder:

Austausch über Verhalten	Graubereich	Abwertung und Hate
„Ich fand’s nicht fair, dass er im Gruppenprojekt nichts gemacht hat.“	„Sie macht immer auf unschuldig, aber checkt genau, was sie tut.“	„Die ist so peinlich, ich krieg Fremdscham.“
„Kann es sein, dass sie heute voll gestresst war und deshalb so reagiert hat?“	„Ich sag’s nur, aber komisch ist das schon.“	„Sie soll sich mal anschauen, wie sie aussieht.“
„Mich hat genervt, dass er dauernd dazwischen geredet hat.“	„Keine Ahnung, ob das stimmt, aber alle sagen das gerade.“	„Kein Wunder, dass niemand mit ihm was zu tun haben will.“
„Wenn jemand privat was erzählt, sollte man das nicht weiterleiten.“	„Sie ist irgendwie anders geworden, seit sie mit denen abhängt.“	„Hoffentlich wird sie endlich gecancelt, die hat’s verdient.“

Jeder Satz sollte nach dem **3er-Check** geprüft werden:

1. **Fokus:** Geht es um Verhalten, das man ändern oder klären kann, oder geht es um Aussehen, Persönlichkeit, „so ist die halt“?
2. **Ton:** Ist es neugierig oder lösungsorientiert. oder ist es spöttisch, herabsetzend, entmenslichend?
3. **Reichweite:** Bleibt es in einem Rahmen, der Verantwortung hat, oder ist es so formuliert, dass es als Angriff funktioniert, besonders online?

Abschließend soll ein Satz aus „Graubereich“ oder „Abwertung und Hate“ gewählt und daraus eine Version, die über **Verhalten** spricht und fair bleibt gemacht werden.

RESSOURCEN & ABSCHLUSS

Wenn Gossip in Richtung gezielter Bloßstellung kippt, wenn Drohungen, Erpressung, Doxxing oder massiver psychischer Druck dazukommen, gilt dasselbe wie bei jeder anderen Eskalation. **Nicht allein bleiben, Hilfe dazuholen, Belege sichern und in akuter Gefahr die Polizei über 110 kontaktieren.**

INFOKASTEN

ANLAUFSTELLEN & QUELLEN

Anlaufstellen:

- Nummer gegen Kummer (Kinder- und Jugendtelefon): 116 111 (Mo-Sa, anonym & kostenlos) - <https://www.nummergegenkummer.de/>
- krisenchat (unter 25, 24/7, per WhatsApp/SMS): <https://krisenchat.de/>
- TelefonSeelsorge: 116 123 (24/7): <https://www.telefonseelsorge.de/>
- JUUUUPORT (Online-Probleme, Cybermobbing): <https://www.juuuport.de/>
- HateAid (Betroffenenberatung, nicht für Minderjährige): <https://hateaid.org/betroffenenberatung/>

Quellen:

1. Foster, E. K. (2004). Research on gossip: Taxonomy, methods, and future directions. *Review of General Psychology*, 8(2), 78–99. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.8.2.78>
2. Jolly, E., & Chang, L. J. (2021). Gossip drives vicarious learning and facilitates social connection. *Current Biology*, 31(12), 2539–2549.e6. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2021.03.090>
3. Zhao, L., & Yu, J. (2021). A meta-analytic review of moral disengagement and cyberbullying. *Frontiers in Psychology*, 12, 681299. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.681299>
4. Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., Van Bavel, J. J., & Fiske, S. T. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 114(28), 7313–7318. <https://doi.org/10.1073/pnas.1618923114>
5. Does, Cruz, T. D., Beersma, B., Dijkstra, M. T. M., & Bechtoldt, M. N. (2019). The bright and dark side of gossip for cooperation in groups. *Frontiers in Psychology*, 10, 1374. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01374>
6. Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>
7. Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology*, 5(4), 323–370. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.5.4.323>
8. Darley, J. M., & Latané, B. (1968). Bystander intervention in emergencies: Diffusion of responsibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 8(4), 377–383. <https://doi.org/10.1037/h0025589>
9. Sunstein, C. R. (2002). The law of group polarization. *Journal of Political Philosophy*, 10(2), 175–195. <https://doi.org/10.1111/1467-9760.00148>
10. Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
11. Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, 140(4), 1073–1137. <https://doi.org/10.1037/a0035618>

Vielen Dank für euren
Einsatz für eine bessere
mentale Gesundheit von
Schüler*innen!



MENTAL²

Der Social Proof Report ist Teil des Mental²-
Kooperationsprojektes zwischen der Techniker
Krankenkasse, Kopfsachen e.V. und Social Proof.

SOCIAL PROOF REPORT DER NEWSLETTER ZUR MENTALEN GESUNDHEIT JUNGER MENSCHEN