Inhalt

Philipp Ferstl / Meike Hein / Isabell Otto
Playing | Social | Media
Einleitung 5

I Playing

Philipp Ferstl
«Challenge accepted!»
Zur Verwertung der Agonalität bei ‹Branded Hashtag Challenges› 13

Meike Hein
@videozeugs
Die Spielfigur ‹Influencer› auf TikTok 31

II Social

Irena Brehm
Social Gaming
Die ludische Produktivität von Lobby-Räumen in Multiplayer Games. Eine soziotechnische Auseinandersetzung mit dem gemeinsamen Spielen 47

Jasmin Bieber
Körpersprachen und diskursive Echokammern
SPLATOON als queere Kommunikationsplattform 61

III Media

Stefan Werning
Understanding Co-Design Imaginaries
or: How Modders Explore the Spectrum of Latent Meanings in (Board) Games 79

Meike Hein / Isabell Otto
#silvesterberlin
Zu Spielformen der Berliner Silvesterkrawalle auf TikTok 101

Abbildungsverzeichnis 121

Autorinnen und Autoren 123

Philipp Ferstl / Meike Hein / Isabell Otto

Playing | Social | Media

Einleitung

Im Partyspiel *What Do You Meme?*, dessen deutschsprachige Ausgabe seit 2019 der Verlag Huch! wegen seiner delikaten Inhalte dezidiert als Spiel für Erwachsene, aber auch in einer abgemilderten Version als Familienausgabe vermarktet, müssen 3 bis zu 20 Spieler:innen möglichst treffende Textkarten vieldeutigen Bildern zuordnen und eine Punktrichter:in mit witzigen Text-Bild-Kombinationen überzeugen. Das Internetphänomen der Memes erfreut sich hier mit analogen Spielmaterialien und in physisch co-präsenten Spielerunden großer Beliebtheit. Memes geben sich in dieser Verschiebung in den analogen Raum als Gesellschaftsspiel zu erkennen. Auch an ihren digitalen Geburtsorten – Social-Media-Plattformen wie 4Chan, Tumblr, TikTok oder Instagram – lassen sich Memes als Elemente einer Spiellogik Sozialer Medien identifizieren: Sie folgen einem Regelwerk und stellen herausfordernde Aufgaben an mit-spielende User:innen.[1] *What Do You Meme?* verweist auf ein facettenreiches Konvergieren von Social Media- und Spielkultur: Social Media erweisen sich als spielbar – dieses Charakteristikum der Plattformen macht sich das Spiel zu eigen und übersetzt es in heimische Wohnzimmer.

Die Besonderheit von Internet-Memes, diesen Aspekt muss das analoge Partyspiel zwangsläufig unterschlagen, besteht jedoch in ihrer viralen digitalen Verbreitung: Memes werden variiert, geteilt und umgestaltet. Im Spielen mit medialen Formen – Texten, Tönen, Videos, Bildern – entsteht eine technisch- und plattformbedingte, eine medial hervorgebrachte, in Metadaten erfasste und ökonomisch auswertbare Form des Sozialen, die sich vom sozialen Gefüge am Wohnzimmertisch signifikant unterscheidet: Es handelt sich nicht um eine Gruppe von Freunden oder Familienmitgliedern, sondern um eine unüberschaubare, soziotechnische, potenziell globale digitale Vernetzung. Für diesen Zusammenhang, für das Zusammenwirken von Spiel, datafizierter Sozialität und digital-vernetzter Medialität interessiert sich die vorliegende *Augenblick*-Ausgabe. Die hier versammelten Beiträge erkunden dieses Forschungsfeld in exemplarischen Fallanalysen und nehmen dabei jeweils das Wechselverhältnis *Playing | Social | Media* auf unterschiedliche Weise in den Blick.

1 Vgl. Jens Seiffert-Brockmann / Trevor Diehl: «Memes as Games: The Evolution of a Digital Discours Online». In: *New Media & Society* 20(8), 2017, S. 2862–2879.

| Playing

Spielpraktiken vollziehen sich nicht nur in regelbasierten, materiellen Spielen, die als Brett-, Karten-, Würfelspiele oder als digitale Games für unterschiedliche Spiele-Plattformen vermarktet werden. Spielen als ‹Gaming› findet auch in und ausgehend von Social-Media-Plattformen statt, wie beispielsweise im Fall des bis 2020 direkt auf Facebook spielbaren Landwirtschaftssimulators FarmVille.[2] Wir wählen jedoch den Begriff ‹Playing›, um hier dem deutschen ‹Spielen› entsprechend den Phänomenbereich umfassender zu berücksichtigen. Zentral für die spielerische Dimension von Social Media in einem weiteren Sinne sind Angebote und Features der Plattformen, die sich mit dem Begriff ‹Gamification› kennzeichnen lassen, weil hier Spielelemente wie Ranglisten und Bewertungen gezielten Einsatz außerhalb von Games finden, um User:innen an die Plattformen zu binden.[3] Spielpraktiken in und mit Social Media sind somit von den ökonomischen Interessen der Plattformen geprägt, User:innen zu möglichst vielen Interaktionen anzureizen, die als Likes, Views oder Following in Daten quantifizierbar und werbestrategisch verwertbar sind. Die Beiträge von *Philipp Ferstl* und *Meike Hein* in der ersten Sektion des Hefts widmen sich somit einem Konvergieren von Spiel und Ernst oder Spiel und Arbeit. Ludische Praktiken wie die agonalen Spiele der sogenannten ‹Social Media Challenges› sind nicht nur deshalb von einer Ernsthaftigkeit[4] gekennzeichnet, weil sie zu gefährlichen Mutproben ausarten können, sondern weil sie stets auswertbare Daten hervorbringen, die User:innen zu unentgeltlich Mitarbeitenden[5] der Plattformökonomie transformieren. Im Fall der Influencer:innen wird das ‹Social Media Game› sogar zu einer monetarisierten Tätigkeit, die nicht selten mit prekären Arbeitsbedingungen einhergeht, denn wer mitspielen und sichtbar bleiben will, muss eine fortlaufende Aufmerksamkeit für die geteilten Inhalte auf der Plattform sicherstellen.

Unter dem Titel «‹Challenge accepted!› Zur Verwertung der Agonalität bei ‹Branded Hashtag Challenges›» setzt sich *Philipp Ferstl* mit Herausforderungen und deren Aktualisierung im Videoformat der ‹Challenges› auf TikTok auseinander. Dazu folgt er der Perspektive, die Johan Huizinga 1938 in seiner einschlägigen Studie *Homo Ludens: Vom Ursprung der Kultur im Spiel* gewählt hat, um Herausforderungen und Wettbewerb als konstitutive Elemente von Spiel zu kennzeichnen. Ferstl macht diese Beobachtung, besonders deren Nähe zum gegenwärtigen Begriff der Gamification, produktiv

2 Vgl. Tom Tyler: «Cows, Clicks, Ciphers, and Satire». In: *NECSUS. European Journal of Media Studies* 4(1), 2015, S. 199–208. DOI: doi.org: https://is.gd/mJa3w2.

3 Vgl. Dayana Hristova u. a.: «The Social Media Game? How Gamification Shapes Our Social Media Engagement». In: Roberto Dillon (Hrsg.): *The Digital Gaming Handbook*. Boca Raton, 2020, S. 63–94.

4 Vgl. Beate Ochsner u. a.: «‹Serious Gaming› – oder Spielen ernst nehmen. Ein Forschungsprogramm». In: *Zeitschrift für Medienwissenschaft* 15(1), 2023, S. 122–138. DOI: doi.org: https://is.gd/u5WNBD.

5 Vgl. Tiziana Terranova: «Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy». In: *Social Text* 18(2), 2000, S. 33–45; Jacob Johanssen: «Gaming-Playing on Social Media: Using the Psychoanalytic Concept of ‹Playing› to Theorize User Labour on Facebook». In: *Information, Communication & Society* 21(9), 2018, S. 1204–1218.

für seine Betrachtung TikToks: Die der Plattform inhärente Agonalität wird durch den plattforminfrastrukturellen Einsatz gamifizierter Elemente weiter verstärkt und gestaltet sich unter anderem aus als TikTok-Challenge – als spezifisches Videoformat, das sich der Herausforderung widmet – und, wie Ferstl in seiner Analyse der #onlyinmycalvins-Challenge und der Zara-Challenge aufzeigt, insbesondere angeregt durch die memetischen Plattformlogiken für Produktwerbung (wieder-)verwertbar wird.

Meike Hein befasst sich in ihrem Beitrag mit dem Einfluss der Gamifizierung auf die Rolle der Influencer:innen auf TikTok. Hein geht der verschwimmenden Grenze zwischen ‹Arbeit› und ‹Spiel› im Rahmen der Erstellung von Content auf TikTok nach und eruiert dabei, dass die monetarisierbare Arbeit die spielhaften Elemente der Videoinszenierungen nicht einfach ersetzt, sondern in der Spielfigur ‹Influencer› viel eher ein Changieren zwischen den Sphären ‹Arbeit› und ‹Spiel› deutlich wird. Ausgehend von der Influencerin Feli und deren TikTok-Profil *videozeugs* erörtert Hein, inwiefern gamifizierte Elemente in die Plattforminfrastruktur TikToks eingebunden sind, die Produktion von Content beeinflussen, sich in diesen einschreiben und das Spiel zur Arbeit werden lassen und umgekehrt: Influencer:innen versuchen, imitierbare Darstellungsmuster in ihrem Content zu reproduzieren, um mit ihren Produkten erfolgreich zu sein. Gleichzeitig wird die Spielhaftigkeit in den Videos selbst inszeniert und aufrechterhalten. Hein macht ebendiese Doppelstruktur aus ‹Spiel› und ‹Arbeit› im Rahmen der Verbindungen zwischen spielerischer Inszenierung, Sozialität und unsichtbarer Arbeit deutlich.

II Social

Während die ersten beiden Beiträge Tendenzen der Gamification auf der Social-Media-Plattform TikTok beleuchten, nimmt die zweite Sektion des Hefts den Zusammenhang von Spiel, Sozialität und Medialität ausgehend von digitalen Spielen in den Blick und konzentriert sich dabei auf Multiplayer-Onlinespiele. Schon seit einigen Jahren lässt sich eine Tendenz zur zunehmenden Verbreitung von Kooperations- und Vernetzungsoptionen im Design digitaler Spiele beobachten, die ein ‹Social Gaming›, ein geteiltes, von sozialer Interaktion geprägtes Spielen hervorbringt.[6] Die Beiträge von *Irena Brehm* und *Jasmin Bieber* beschäftigen sich mit der Frage, wie unter den besonderen technischen Bedingungen dieser Spiele unterschiedliche soziale Gemeinschaftsformen entstehen können. Soziales Spiel heißt dabei zunächst ganz basal: Um gemeinsam spielen zu können, bedarf es technischer Vorgänge der Relationierung und Synchronisierung von Spielenden. Spieler:innen müssen sich als Avatare in virtuellen Umgebungen begegnen; sie sollten sich in diesen finden und spielerische Aktionen absprechen

6 Davis Gonçalves u. a.: «Social Gaming: A Systematic Review». In: *Computers in Human Behavior* 147, 2023. DOI: doi.org: https://is.gd/I3DdNU.

können. Dazu stellen digitale Spiele neben Kommunikationskanälen und Matching-Tools, die Spieler:innen in Mannschaften zusammenstellen, auch virtuelle Räume bereit, die vor dem eigentlichen Spielen den Übergang in die Spielwelt vorbereiten.

Social Gaming findet somit vor und neben dem Spielen statt, ist für das Spiel konstitutiv, verbindet die Spielwelt aber auch mit der sozialen Welt außerhalb des Spiels. Die Spielenden begegnen sich hier in ihrer Unterschiedlichkeit auch als soziale Personen, was in nach wie vor männlich und heteronormativ dominierten Spielkulturen mit Kränkungen und Diffamierungen einhergehen kann. Wie toxisch sich die Sozialität von Spielkulturen gestalten kann, hat das Phänomen ‹Gamer Gate› sehr deutlich gezeigt: Mit Morddrohungen und Hassbotschaften hat eine antifeministische und rechtsextreme Community im Jahr 2014 unter diesem Stichwort auf all jene Entwickler:innen und Journalist:innen reagiert, die auf das Problem des Sexismus unter vorwiegend männlichen Gamern hingewiesen hatten.[7]

In ihrem Beitrag «Social Gaming – Die ludische Produktivität von Lobby-Räumen in Multiplayer Games. Eine soziotechnische Auseinandersetzung mit dem gemeinsamen Spielen» widmet sich *Irena Brehm* der soziotechnischen Initiierung des Spiels. Sie beobachtet die sogenannte ‹Lobby› als einen virtuellen Ort der Abstimmung vor dem Spiel. Im Zuge ihrer Ausführungen diskutiert sie drei verschiedene Gesichtspunkte der Lobby: Erstens Lobbys als liminale Räume des Übergangs; zweitens Lobby-Räume als Warteräume und drittens Lobbys als Phänomene mit einer spezifischen Visualität und optischen Struktur. Anschließend an unterschiedliche Raumtheorien und die Infrastrukturforschung erörtert Brehm in ihrem Beitrag die konstitutive Rolle der Lobby für das Spiel sowie für die sozialen Zusammenkünfte, die in diesem virtuellen Raum stattfinden: Als ein Raum, der das Spiel selbst erst ermöglicht, nehmen Lobby-Räume die Rolle einer Infrastruktur für Gaming an und werden als ein fruchtbarer Gegenstand medienwissenschaftlicher Betrachtungen kenntlich. Indem Brehm die Bedeutung dieses Abstimmungsorts für das Multiplayer-Shooter-Spiel herausstellt, zeigt sie, dass die Lobby eine essenzielle Infrastruktur für die Aspekte der Sozialität und des ‹Playing› darstellt.

Jasmin Bieber fokussiert in ihrem Artikel «‹Körpersprachen› und diskursive Echokammern: Splatoon als ‹queere› Kommunikationsplattform» ein spezifisches Fallbeispiel aus dem Feld der Multiplayer-Online-Spiele. In Splatoon treten in jeder Spielrunde neu zusammengestellte Teams in einer digitalen Farbschlacht gegeneinander an. Außerhalb des Spielgeschehens bewegen sich die Spielenden mit ihren Avataren durch einen urban gestalteten digitalen Raum, der unterschiedliche Shops und Spielmodi sowie das Posten von Textnachrichten als einzige Kommunikationsmöglichkeit bereitstellt. Kern der Analyse von Splatoon sind für Bieber die Spielprinzipien, das Spieldesign sowie die (eingeschränkten) spielinternen Kommunikationsmöglichkeiten, anhand derer sie eine ‹queere› Lesart von Splatoon eröffnet. So zeigt sie,

7 Morten Freidel: «Wenn Kritik kommt, hört das Spiel auf». In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 28.10.2014, faz.net: https://is.gd/X2JEqz, 25.08.2025.

wie SPLATOON die Spielprinzipien eines Multiplayer-Shooters aufgreift und wie die ‹Gewalt› hier durch eine Farbschlacht substituiert wird; wie Styles und Körpersprache androgyner Avatare den Agon zwischen unterschiedlichen, gegeneinander antretenden Teams auflösen und wie aktivistische Diskurse aus der sozialen Welt außerhalb des Spiels in die Spielwelt eingehen. Zentral ist in Biebers Analyse die restriktive spielinterne Kommunikation, die sie als besonders begünstigend für queere Kommunikationsformen und nicht-toxische Interaktionsweisen aufzeigt.

III Media

Die dritte Sektion unseres Hefts legt einen Schwerpunkt auf die Frage, wie aus dem Wechselspiel von Spiel, Sozialität und Medialität neue mediale Formen entstehen, die gesellschaftliche Diskurse oder Ereignisse gleichermaßen verarbeiten wie mit hervorbringen. Regelgebunde Brettspiele und ambige Spielformen der Meme-Kreation in Social Media rücken in den Beiträgen von *Meike Hein*, *Isabell Otto* und *Stefan Werning* als unabgeschlossene mediale Prozesse der fortlaufenden Umgestaltung in den Blick. Sie zeigen, wie eine medienwissenschaftliche Perspektive auf das Spiel der Sozialen Medien und auf die soziotechnische, konnektive Dimension des Spiels, statt fertiger Produkte fortlaufende Vorgänge der Relationierung von Spielenden, des Hervorbringens von Spielweisen und der Zirkulation von medialen Formen in den Vordergrund stellt.

In beiden Beiträgen ist erneut relevant, dass Spiel soziale Gruppen konstituiert. Das Spiel und seine Regeln fungieren dabei als eine Form der Verständigung und als Ressource eines besonderen Wissens, das Gruppen nach innen festigen und nach außen hin abgrenzen kann. Die letzte Sektion öffnet unsere Themenstellung somit besonders deutlich für politische Implikationen des *Playing | Social | Media* und zeigt, dass ‹Spielen› in dieser Forschungsperspektive weit mehr ist als eine Metapher. Die Logik des Spielens durchdringt vielmehr Social Media und Politik gleichermaßen. Ein politisches ‹Bespielen› von Plattformen hat somit entscheidende Konsequenzen für rechtspopulistische Veränderungen der politischen Landschaft.[8]

In «Understanding Co-Design Imaginaries, or: How Modders Explore the Spectrum of Latent Meanings in (Board) Games» untersucht *Stefan Werning* in einer explorativen Analyse von Diskussionsbeiträgen in Foren der Website BoardGameGeek Neu- und Umgestaltungsmöglichkeiten des Brettspiels *Monopoly* anhand von unterschiedlichen Modifikationen. Diese Umgestaltungen von *Monopoly* basieren dabei auf früheren Spielerfahrungen und auf sogenannten ‹Hausregeln›, die sich in einzelnen Spielgemeinschaften herausgebildet haben. Sie verfolgen beispielsweise das Ziel, zuvor erlebte

8 Vgl. Adrienne L. Massanari: *Gaming Democracy. How Silicon Valley Leveled Up the Far Right*. Cambridge, MA/London 2024, S. ix u. 22.

Spielsituationen durch gezielte Veränderungen zu intensivieren, zu verkomplizieren oder einfach zu variieren. So wird das Spiel gleichermaßen als gemeinsame Ausdrucksform verwendet, um politische und wirtschaftliche Themen außerhalb des Spiels aufzugreifen und sich auf diese Weise – häufig ironisierend – mit gesellschaftlichen Diskursen wie Kapitalismus oder Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen. Die Beschäftigung von Spielenden mit *Monopoly* und seinen Modifikationen konzeptualisiert Werning als gemeinsame prozedurale ‹Sprache› auf der Grundlage von Imaginarien des Co-Designs, die er als denkbare Bedeutungen und Anwendungsfälle innerhalb einer bestimmten diskursiven Gemeinschaft definiert.

Soziale Medien sind von einer Spielförmigkeit durchzogen, die sich in Plattformfeatures und Nutzungsweisen zeigt. Gleichzeitig sind Soziale Medien Teil eines umfassenderen sozialen Gefüges und bringen gesellschaftliche Ereignisse, geprägt durch ihre ludischen Plattforminfrastrukturen und Praktiken, mit hervor. Dadurch stellen sie insbesondere auch Schauplätze für politische Debatten bereit. *Meike Hein* und *Isabell Otto* nehmen in ihrem Artikel «#silvesterberlin: Zu Spielformen der Berliner Silvesterkrawalle auf TikTok» ein spezifisches gesellschaftliches Ereignis in den Blick und fragen danach, wie Straßengewalt und spielerische Social Media Praktiken zusammenwirken: Kern des Beitrags sind die Silvesterkrawalle des Jahreswechsels 2022/23, die Debatten über einen angeblich gefährdeten gesellschaftlichen Zusammenhalt nach sich gezogen haben, wobei Soziale Medien, insbesondere TikTok, als mögliche Ursachen für die Gewaltausbrüche identifiziert wurden. Diesen Mutmaßungen gehen Hein und Otto mithilfe einer qualitativen Analyse auf TikTok nach. Sie zeigen, wie Ambiguisierung als Spielform, angeregt durch eine Plattforminfrastruktur, die auf memetischem Recycling und Umarbeitungen beruht, zu Veruneindeutigungen fremdenfeindlicher Inhalte führt. Dadurch wird ein strategisches Spielen mit Deutungsmöglichkeiten erkennbar, das einen hinreichend geschützten Rahmen als mikropolitische Bühne in den Kommentarspalten auf TikTok nutzt, um demokratische Grundwerte unzensiert und von der Plattformmoderation offenbar unbemerkt infrage zu stellen.

Dieses Heft beruht auf einem von den Herausgebenden gemeinsam geleiteten Hauptseminar, das im Wintersemester 2024/25 an der Universität Konstanz im Studiengang Literatur – Kunst – Medien stattgefunden hat. Wir danken allen Vortragenden und Studierenden für die produktiven gemeinsamen Diskussionen.