

Spiel und Moral

Strategien der Affizierung in sozialen Medien

Soziale Medien reizen Nutzer*innen, sich Inhalte anzusehen, diese zu liken, zu kommentieren und zu teilen. Die jeweiligen Plattformen sollen dabei möglichst oft und lange genutzt werden, um Informationen über das Verhalten der Nutzer*innen zu sammeln. Diese werden wiederum verwendet, um den Algorithmus zu verbessern und die Aufmerksamkeit der Nutzer*innen durch eine zielgenaue Adressierung zu monetarisieren. Eine zentrale Rolle spielt hierbei die affektive Ansprache sozialer Medien.



verderber apostel

TEXT: CLAUDIA TÖPPER-KO

A



[A]ffekte sind eine Art (Trieb-)Kraft oder Intensität, durch die zwischen unterschiedlichen Körpern Erregung, Bewegung und Beschleunigung oder Bewegungslosigkeit und Verlangsamung entsteht. Sie sind ein wesentlicher Bestandteil von sozialen Beziehungen unterschiedlichster Art und entstehen in und durch Kommunikationsdynamiken. Demnach sind Affekte auch nicht im individuellen Subjekt verortet, sondern entstehen innerhalb relationaler Prozesse zwischen Körpern. Lediglich die Effekte von Affekten sind individuell spürbar, beispielsweise wenn man beim Ansehen eines geposteten Videos eine Gänsehaut bekommt oder wenn man zu Besuch bei Freunden eingeladen ist und sofort spürbar wird, ob diese sich zuvor gestritten haben. Bei dem Konzept des Affekts geht es vorrangig jedoch nicht um derartige individuelle körperliche Empfindungen, sondern um die Verbindungen und Verkettungen zwischen unterschiedlichen Körpern und die Frage, wie Körper durch Affekte bewegt und aufeinander ausgerichtet werden. In Bezug auf soziale Medien lässt sich damit erklären, welche Inhalte Nutzer*innen erregen, mobilisieren und bewegen oder aber auch paralisieren und wie Affekte eine Gerichtetheit beeinflussen, durch die sich Körper einigen Körpern eher zuwenden als anderen (Ahmed 2010a, S. 247). Affekte tragen dabei auch zur Unterscheidung zwischen einem „Wir“ und den „anderen“ bei und können entsprechend Abgrenzungen oder Zusammenhalt zwischen Körpern hervorrufen. Sie steuern, „[...]

how we respond to objects and others, that surfaces or boundaries are made: the ‚I‘ and the ‚we‘ are shaped by, and even take the shape of, contact with others“ (Ahmed 2014, S. 10). Affekte bestimmen demnach Grenzen zwischen Individuum und Gemeinschaft und können beispielsweise Gemeinschaftsgefühle hervorrufen, die über Abgrenzung gegenüber anderen funktionieren. In Bezug auf die Frage, wie Körper aufeinander ausgerichtet werden und welche Orientierungen sie dabei provozieren, haben (soziale) Medien bedeutenden Einfluss (Lehmann/Roth/Schankweiler 2019, S. 140).

Die Frage ist also: Wie gelingt es sozialen Medien, Nutzer*innen zu affizieren und zu bewegen? Hinweise darauf liefert eine Untersuchung der Onlinekommentierung von Sendungsausschnitten aus der Castingshow *Germany's Next Topmodel (GNTM)*, die auf der Social-Media-Plattform Facebook gepostet wurden (Töpfer 2021). Die Ergebnisse der Studie liefern Beispiele für das Affizierungspotenzial audiovisueller Inhalte in sozialen Medien. Dazu wurden auf der sendereigenen Facebook-Seite von *GNTM* aus 1.098 Posts diejenigen Videobeiträge markiert, die konflikthafte Ausschnitte aus der Sendung zeigten und am häufigsten kommentiert wurden. Die Anhäufung von Kommentaren wurde dabei als Rückschluss auf entstandene Intensitäten sowie als quantifizierbare Messeinheit für Resonanz gewertet. Dadurch ließ sich herausarbeiten, an welchen Knotenpunkten oder Schnittstellen Intensitäten, Resonanzen oder Dissonanzen in kommunikativen Austauschprozessen entstehen. Da soziale Medien als eine Art zeitgemäßes Fernsehen zunehmend auf die Darstellung kürzerer Videos setzen, wie die erfolgreichen Plattformen TikTok und YouTube zeigen und deren Darstellungsformen auch von Instagram übernommen wurden, lassen sich die Ergebnisse der Analyse beispielhaft übertragen. Die Studie weist dabei nach, dass insbesondere rund um die gezielte Inszenierung von Spielverderber*innen Verdichtungen von Onlinekommentaren entstehen und diese Nutzer*innen bewegt, moralisierende Bewertungen vorzunehmen, die unterschiedliche Dynamiken zwischen den Kommentierenden auslösen.

Spielverderber*innen als Bezugsobjekt und Antrieb von Erregung

Spielverderber-Figuren werden als diejenigen empfunden, die anderen den Spaß, die Freude und das Glück verderben. Es handelt sich dabei um diejenigen, die als Fremd- und Störkörper einer erwünschten Stimmung wahrgenommen oder über sprachliche Zuschreibungen zu solchen gemacht werden. Als „affect aliens“ (Ahmed 2010b, S. 42) entsprechen sie nicht den sozialen und kulturellen Erwartungen und werden als diejenigen aufgefasst, die eine bestehende Ordnung gefährden. Spielverderber-Figuren erzeugen Affekte zwischen unterschiedlichen Körpern. Sie haben dabei einen handlungssteigernden Charakter und setzen gesellschaftliche Aushandlungspro-

zesse in Gang, die wiederum affektive Medienpraktiken (Lünenborg u.a. 2021) wie Beschuldigungen oder Verurteilungen mobilisieren können. Unter affektiven Medienpraktiken werden „[...] Körperbewegungen mit Bezug zu Medien [erfasst], welche die Körper der Zuschauenden mit Medienangeboten und -technologien oder mit weiteren Zuschauerkörpern in einer konkreten Rezeptionssituation verbinden“ (ebd., S. 161). Für die Analyse affektiver Dynamiken in sozialen Medien ist dies von großer Bedeutung, denn insbesondere in digitalen Umgebungen ist von einer engen Verbundenheit von Körperlichkeit, Diskurs und Bedeutungerschließung auszugehen. So betonen Paasonen, Hillis und Petit (2015), dass Praktiken von Onlinenutzer*innen, wie beispielsweise die Informationssuche bei Google oder das Posten eines Updates auf Facebook, zu intensiven Formen des körperlichen Engagements führen und über Rationalität und bewusste Kontrolle hinausgehen. Nutzer*innen suchen dabei nach „intensities and affective investments“ (ebd., S. 7), die für sie „repetitive, frustrating, and potentially rewarding“ (ebd.) sein können. Schriftliche Ausdrücke des Affiziert-Werdens lassen sich dabei als Formen der Vermittlung zwischen körperlichen Eindrücken und Erregungen betrachten (Paasonen 2011, S. 200–205).

In der Sprache sozialer Medien ausgedrückt, manifestieren sich affektive Praktiken als Handlungssteigerungen in Form von Klicks, Likes, weiteren Emotionsäußerungen, geteilten Inhalten oder Kommentaren. Entsprechend geht es sowohl um körperliche als auch zugleich sprachliche Praktiken des Likens, Taggens, Teilens oder Kommentierens. Mit dem Konzept der affektiven Medienpraktiken lässt sich demnach beschreiben, wie Affiziert-Werden durch sprachliche und körperliche Praktiken zum Ausdruck gebracht wird.

Moralisierende (Be-)Wertungen

(Be-)Wertungen und In-Wert-Setzungen spielen hierbei eine besondere Rolle. Skeggs und Wood (2012) gehen davon aus, dass „[...] it is value that is the most significant element in making affect count, because struggles for value connect people to investments in life course narratives securing their consent to the dominant order“ (S. 228). So ruft die Figur des Spielverderbers oder der Spielverderberin häufig Beschuldigungen und moralische Verurteilungen hervor. Zwar kann sie als eine Art „Revolutionsfigur“ auch soziale Bewegungen mobilisieren, in Bezug auf die Verletzung und Herausforderung alltäglicher gesellschaftlicher Ordnungen überwiegen häufiger jedoch Abwertungen. Verurteilungen werden dabei nicht nur auf der Grundlage von Vernunft und Reflexion getroffen, sondern lassen sich auch als affektiv verstehen (Haidt 2001). Sie können als Ausdruck einer Lust an Empörung, eines Unbehagens, einer körperlich empfundenen Störung oder Bedrohung geltender sozialer Normen und emotionaler Ordnungen verstanden werden, die nicht ausschließlich

auf rationalen Urteilen basieren: „In contrast, condemnation is more unpredictable and less controllable, stemming as easily from an emotional impulse as from an awareness that someone has violated an important social norm“ (Lamb 2003, S. 929). Die Kommentare verweisen dabei auf eine körperliche Affizierung, die mit moralischen Verurteilungen – häufig auch mit Schuldzuweisungen verbunden wird. Ziel dieser Beschuldigungen ist eine moralische Eingemeindung bzw. die Verständigung, Versicherung und Angleichung eines moralischen Standpunktes (Fricker 2016, S. 167) angesichts einer durch Spielverderber*innen bedrohten Ordnung. Damit wird ein gemeinschaftliches Verständnis zwischen denjenigen hergestellt, die andere beschuldigen, und gleichzeitig Distanz zu den Beschuldigten aufgebaut. Beschuldigungen finden in sozialen Medien jedoch ohne Beisein der Beschuldigten statt und verbreiten sich im Rahmen der Onlinekommunikation. Ebenso wie die vorgenommenen Verurteilungen erzeugen sie Abstoßungsverhältnisse, durch die als deviant erachtete Körper exkludiert werden. Damit einhergehend ist der Versuch, eine Ordnung herzustellen und sich als souveräne Macht zu behaupten.

Die Architektur sozialer Medien und ihre Kommentarfunktionen sowie die genutzten Endgeräte sorgen jedoch dafür, dass die moralischen Verurteilungen und Beschuldigungen allein schon aufgrund der Kürze der Beiträge keine differenzierten moralischen Urteile abbilden. Vielmehr geht es darin nicht um Moralität, sondern um das öffentliche Zelebrieren und Auskosten von Abgrenzung. Entsprechend sind Kommentare in Bezug auf Spielverderber-Figuren in sozialen Medien gekennzeichnet durch exkludierende Positionierungen, die andere als unterlegen darstellen und die eigene Weltanschauung moralisch legitimieren. Beschuldigende und verurteilende Kommentare gegenüber Spielverderber*innen funktionieren dabei wie ein Katalysator. Sie entwickeln eine Art „drive“ (Dean 2010; 2015), bei dem einerseits Empörung weitere Empörung über die Empörung hervorrufen kann und auf diese Weise die Kommentierung ausweitet. Andererseits bereitet die Bestätigung der eigenen Meinung und das Liken, das Hinzufügen neuer Freunde und gewonnener Follower*innen Vergnügen. Ähnlich argumentiert Jarrett (2015), indem sie darauf verweist, dass das Ziel der wiederholten Suche nach affektiven Intensitäten in sozialen Medien „binds us to a communicative capital that desires and demands affective responses in order to perpetuate, to reproduce, its economic logic“ (S. 214, H.i.O.). Und Paasonen (2018) geht davon aus, dass sogenannte „micro events“ in sozialen Medien für Abwechslung zwischen Langeweile und affektiven Intensitäten sorgen.

Aufschlussreich sind solche abwertenden affektiven Medienpraktiken – die sehr verletzend und gehässige Äußerungen nach sich ziehen können – insbesondere infolge der Banalität mancher Inhalte und in Bezug auf die von sozialen Medien intendierte „ideology of liking“ (Fuchs

2014, S. 160). Sie erklären sich vermutlich aus dem Bedürfnis heraus, durch Exklusion und Abwertung die Suche nach einer eindeutigen Orientierung zu befriedigen und erwünschte Ordnungen (wieder-)herzustellen. Außerdem geht es um die Bestätigung des Empfindens von Überlegenheit und dem Gefühl, in einer Gemeinschaft Gleichgesinnter geborgen zu sein.

Dynamiken des Wider- und Nachhalls

Dieses Empfinden wird vor allem durch eine Dynamik unterstützt, die über stetige Wiederholungen und gegenseitige Bestätigungen eine Gemeinschaft herstellt, die sich gegenseitig bezüglich ihrer Meinungen und Bewertungen bekräftigt. Eine solche Dynamik lässt sich am besten als eine Form des Wider- oder Nachhalls bezeichnen – als eine temporale Metapher für Wiederholungen im Sinne eines Echos oder Halls. Dadurch entwickelt sich eine gegenseitig verstärkende, wiederholende Struktur, durch die sich die Aussagen konsolidieren. Die Kommentierung muss dabei nicht zwangsläufig aufeinander Bezug nehmen, sondern eine inhaltliche Anhäufung von Wiederholungen reicht aus. Ein beständiges Nachklingen ähnlicher und verpflichtender Kommentare sowie ein jeweils zustimmendes Echo führen dabei nicht nur zu einem Wiedererkennen und Bestätigen der eigenen Bewertung sowie zur Verfestigung und Anhäufung von Affekten in Bezug auf die Figur des oder der Spielverderber*in, sondern dienen als Phänomen des Nachhalls auch der zeitlichen Ausdehnung und Verlängerung der Kommunikation. Wider- und nachhallende Meinungsäußerungen entfalten eine aktivierende Energie, treiben die Erregung und Auseinandersetzung über Spielverderber-Figuren voran und dienen der Verstärkung und Konsolidierung der zirkulierenden Inhalte.

Mediale Affektökonomie

In um Aufmerksamkeit bemühten „Sichtbarkeits-, Valorisierungs- und Affizierungsmärkte[n]“ (Reckwitz 2017, S. 107, H.i.O.) sind solche (Bewertungs-)Prozesse eng verwoben mit ökonomischen Konzepten. In medialen Affektökonomien (Töpfer 2021) regen Affekte Wertschätzungsprozesse an und richten Körper aufeinander aus. Körper werden dabei auf- oder abgewertet und ihnen werden Affekte angehängt. Das Konzept der medialen Affektökonomie dient somit der Beschreibung, wie auf diese Weise Orientierungen gegenüber anderen Subjekten, Objekten, Kollektiven oder Artefakten entstehen.

Die Studie von Töpfer (ebd.) zeigt dabei, dass die Figur des Spielverderbers oder der Spielverderberin besonders erregt und bewegt. Sie hat handlungssteigernden Charakter und erzeugt Affekte zwischen unterschiedlichen Körpern, die wiederum affektive Medienpraktiken mobilisieren können. Spielverderber*innen oder deren gezielte Inszenierung treiben Erregung an und diese wiederum die Erregung anderer Körper. Rund um die Figuren der Spielverderber*innen entstehen somit Verdichtungen von On-

linekommentaren, anhand derer Aushandlungsprozesse in Gang gesetzt werden. Indem Spielverderber*innen andere Körper hemmen oder behindern und bestehende Ordnungen infrage stellen, entwickeln sich Resonanzen, die wiederum dazu aufrufen können, geltende Regeln zu überprüfen, sich der eigenen Position zu versichern und Zugehörigkeit oder Abgrenzung herzustellen. Über die Figur des Spielverderbers oder der Spielverderberin verständigen und vergewissern sich (Online-)Gemeinschaften über gesellschaftliche Grenzen. Dabei erregt jeweils derjenige Körper, durch den bestehende Ordnungen infrage gestellt werden.

Es entstehen situative und temporäre solidarische Affektgemeinschaften zwischen den affizierten und den affizierenden Körpern (Lünenborg u. a. 2021, S. 43). Die Vergemeinschaftung ist dabei jedoch durch eine eher temporäre erregungsmäßige Synchronisation und mehr oder weniger verbindliche Zweckdienlichkeit gekennzeichnet. Sie können solidarische Vergemeinschaftungen hervorrufen, die sowohl mitfühlende Inklusion (im Falle von Revolutionsfiguren) als auch dissonante Abstoßungsprozesse erzeugen können, die Ausschluss anstreben. Hierbei handelt es sich um eine Logik der Zurückweisung, Abwendung und Entzweiung, die jedoch wiederum zu Vernetzungen und Gemeinsamkeiten führen kann zwischen jenen, die sich gegenseitig ihrer Meinung versichern. Die affektiven Medienpraktiken zielen auf eine Abwertung dieser Körper und schreiben ihnen Eigenschaften und Verhaltensweisen zu, die als deviant bewertet werden. In der Regel wird dabei gleichzeitig eine Dichotomie zwischen Körpern aufgemacht, die sich angemessen ausdrücken und verhalten, sowie denjenigen, die davon abweichen.

Der Austausch über Spielverderber*innen und die (Wieder-)Herstellung von Ordnung finden in sozialen Medien dabei anhand einzelner punktueller, spotartiger Bewertungen sowie Meinungs- und Emotionsäußerungen statt, die sich ausdehnen, verbreiten und anhäufen oder abflauen und vermindern können. Bisherigen Erkenntnissen, die „affective feedback loops“ (Boler/Davis 2018), „drive“ (Dean 2010; 2015), „affective jolts“ (Paasonen u. a. 2015) oder „digital disaffect“ (Petit 2015) als hemmende oder anregende Faktoren für die Onlinekommentierung verantwortlich machen, können weitere Beschreibungen entstehender Dynamiken hinzugefügt werden. Anhand der Analyse konnten dabei identifiziert werden: Ausdehnung, Verstärkungen durch Beschuldigungen und Verurteilungen sowie Wider- und Nachhall. Über diese Dynamiken erfahren Körper Auf- oder Abwertungen. Ausdehnung und Verbreitung von moralisierenden Bewertungen führen dabei wiederum zu Intensitäten, die Körper bewegen, und treiben die Auseinandersetzung voran. Sie dienen damit der Verstärkung und Konsolidierung der zirkulierenden Inhalte.

Im Rahmen der ökonomischen Logik verbreiten sich die Affekte damit nicht nur, häufen sich an und haften an den exkludierten Körpern, sondern sorgen durch die Ausbreitung auch dafür, dass möglichst viel Interaktion zwischen Nutzer*innen entsteht, indem sie untereinander für Aufmerksamkeit und gesteigerte Klickzahlen sorgen. Die Nutzer*innen werden so zu Co-Produzent*innen neuer Affekte und tragen zur monetären Wertsteigerung bei. Die gezielte Inszenierung von Spielverderber*innen und die dadurch erzeugten Prozesse der Exklusion und temporären solidarischen oder dissonanten Vergemeinschaftung von Körpern lassen sich damit als konstitutive und strukturierende Bestandteile medialer Affektökonomien verstehen.

Literatur:

- Ahmed, S.:** *Orientations Matter*. In: D. Coole/S. Frost (Hrsg.): *New Materialisms. Ontology, Agency, and Politics*. Durham 2010a, S. 234–257
- Ahmed, S.:** *The Promise of Happiness*. Durham 2010b
- Ahmed, S.:** *The Cultural Politics of Emotion*. Edinburgh 2014
- Boler, M./Davis, E.:** *The affective politics of the „post-truth“ era: Feeling rules and networked subjectivity*. In: *Emotion, Space and Society*, 27/2018, S. 75–85
- Dean, J.:** *Affective Networks*. In: *MediaTropes*, 2/2010, S. 19–44
- Dean, J.:** *Affect and Drive*. In: K. Hillis/S. Paasonen/M. Petit (Hrsg.): *Networked Affect*. Cambridge/London 2015, S. 89–100
- Fricker, M.:** *What's the Point of Blame? A Paradigm Based Explanation*. In: *Noûs*, 1/2016/50, S. 165–183
- Fuchs, C.:** *Social Media. A Critical Introduction*. London 2014
- Haidt, J.:** *The emotional dog and its rational tail: a social intuitionist approach to moral judgment*. In: *Psychological Review*, 4/2001/108, S. 814–834
- Jarrett, K.:** „Let's Express Our Friendship by Sending Each Other Funny Links instead of Actually Talking“: *Gifts, Commodities, and Social Reproduction in Facebook*. In: K. Hillis/S. Paasonen/M. Petit (Hrsg.): *Networked Affect*. Cambridge/London 2015, S. 203–220
- Lamb, S.:** *The Psychology of Condemnation: Underlying Emotions and their Symbolic Expression in Condemning and Shaming*. In: *Brooklyn Law Review*, 4/2003/68, S. 929–958
- Lehmann, H./Roth, H./Schankweiler, K.:** *Affective economy*. In: J. Slaby/C. von Scheve (Hrsg.): *Affective Societies. Key Concepts*. London/New York 2019, S. 140–151
- Lünenborg, M./Töpfer, C./Süna, L./Maier, T.:** *Affektive Medienpraktiken. Emotionen, Körper, Zugehörigkeiten im Reality TV*. Wiesbaden 2021
- Paasonen, S.:** *Carnal Resonance. Affect and Online Pornography*. Cambridge/London 2011
- Paasonen, S.:** *Affect, data, manipulation and price in social media*. In: *Distinktion: Journal of Social Theory*, 2/2018/19, S. 214–229
- Paasonen, S./Hillis, K./Petit, M.:** *Introduction: Networks of Transmission: Intensity, Sensation, Value*. In: K. Hillis/S. Paasonen/M. Petit (Hrsg.): *Networked Affect*. Cambridge/London 2015, S. 1–24
- Petit, M.:** *Digital Disaffect: Teaching through Screens*. In: K. Hillis/S. Paasonen/M. Petit (Hrsg.): *Networked Affect*. Cambridge/London 2015, S. 169–184
- Reckwitz, A.:** *Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne*. Frankfurt am Main 2017
- Skeggs, B./Wood, H.:** *Reacting to Reality Television. Performance, Audience and Value*. London/New York 2012
- Töpfer, C.:** *Mediale Affektökonomie. Emotionen im Reality TV und deren Kommentierung bei Facebook*. Bielefeld 2021



Dr. Claudia Töpfer-Ko lebt in Köln und forscht zu populären Fernsehformaten und digitaler Kommunikation. Sie war wissenschaftliche Mitarbeiterin des Sonderforschungsbereichs „Affective Societies“ an der Freien Universität Berlin.