

Rezension: Mythos von Theuth: verspielte Medienphilosophie mit vollem Körpereinsatz

Oder wie ich zum Fan eines Brettspiels wurde, weil ich Michel Foucault vernaschen wollte ...

AutorIn: [Rosa Danner](#)

Rosa Danner präsentiert ein schönes und medienpädagogisch wertvolles Brettspiel, bei dem frau nur durch das Sammeln von Medien-Symbolen gewinnen und sich dabei sprachspielerisch viele Medientheorien von der Antike bis zur Moderne aneignen kann ...

Studio: [qujOchÖ](#)

Direction: Davide Bevilacqua

Production: Eva Maria Dreisiebner

Script: Thomas Philipp

Design and Editing: Stefan Eibelwimmer

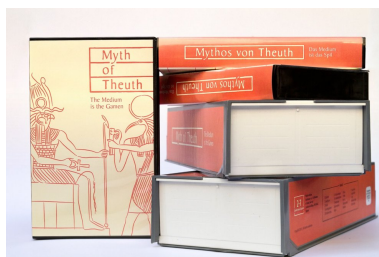


Abb. 1: Mythos von Theuth - Die Spielbox

Quelle: <https://qujochoe.org/myth-of-theuth-get-the-game/>

I. Einleitung

Vor einigen Monaten bin ich in den Sozialen Medien über das Foto eines Keks gestolpert, genauer gesagt über einen Foucault-Keks-Kopf. Ich mag Foucault und liebe Süßes, das hat mich natürlich neugierig gemacht. Der Keks war Teil eines Spielpaketes, das das Linzer Kunstkollektiv qujOchÖ im Winter 2017 veröffentlicht hat. Das Spiel heißt *Mythos von Theuth*, ein Brettspiel in dem Medien, Kunst, Theorie und Performativität auf lustvoll unkonventionelle Weise verknüpft werden. Alles was spielerisch Wissen vermitteln will und noch dazu mit Medien zu tun hat, interessiert mich brennend. Selbstverständlich wollte ich mir auch einen Foucault-Keks einverleiben, also wurde das Spiel geordert.

Zuerst habe ich *Mythos von Theuth* mit medien- und diskursinteressierten FreundInnen gespielt. Im März 2018 ergab sich dann im Depot die Gelegenheit, vier Medienmenschen bei einem performativ in Szene gesetzten Spiel zu beobachten und die EntwicklerInnen zu treffen. Im Folgenden möchte ich zuerst auf Spielmechanik und Thema eingehen, als nächstes auf die Entwicklung und die künstlerischen Hintergründe. Abschließend gibt es ein Resümee der Spieleindrücke aus dem Depot von Sylvia Eckermann, Katharina Gsöllpointner, Dirk Lüsebrink und Felix Stalder sowie von meiner eigenen Spielerei.

II. Let's play

Die zugrunde liegende Spielmechanik ist relativ einfach: *Mythos von Theuth* ist ein Brettspiel für 2-7 Personen, jede Person zieht zu Beginn einen von 16 geheimen Aufträgen. Um den Auftrag zu erfüllen, müssen bestimmte

Medien-Symbole gesammelt werden. Diese Medien-Symbole erarbeitet man sich durch das Lösen skurriler Aufgaben an den 12 Themen-Stationen oder durch Handeln und Tauschen bei den Flash-Stationen. Reihum bewegen sich die SpielerInnen mit Würfeln übers Spielbrett und versuchen eine der Themen- oder Flash-Stationen zu erreichen. Durch die verschiedenen Aufgaben versammelt **Mythos von Teuth** unzählige Mini-Spiele im Spiel, wie etwa Abwandlungen von Scharade, Memory oder Schiffeversenken. Wer gut taktiert oder die kniffligen Aufgaben am besten löst und als erstes alle benötigten Medien-Symbole für den Auftrag einsammelt, hat gewonnen.



Abb. 2: Mythos von Teuth - Der Inhalt
Quelle: qujOchÖ

Thematisch durchwandert man zentrale Medientheorien von der Antike bis zur Gegenwart und begegnet Persönlichkeiten, die großen Einfluss auf deren Entwicklung hatten. Die 16 Auftragstexte sind alltägliche bis abstruse Anekdoten aus dem Leben von PhilosophInnen oder KünstlerInnen, in die viele verschiedene Medien eingebaut sind. Startpunkt ist stets Platons Werk **Phaidros** mit dem Mythos von der Erfindung der Schrift durch den ägyptischen Gott Theuth. Diese Station ist eine kleine Aufwärmrunde für die vertrackten Herausforderungen, die noch folgen. Reihum werden aus je 2 (verstaubten!) Begriffen vom **Phaidros** philosophische Sätze formuliert, die aufeinander Bezug nehmen. Im Grunde geht es hier um die Lust an Sprache, Assoziationen und dem Formulieren von Dingen, die möglichst akademisch klingen.

Je nachdem, welche Strategie verfolgt wird oder welches Würfelglück man hat, werden einige der anderen 11 Themen-Stationen angesteuert: Mit Lessing geht man "Über die Grenzen des Bildes hinaus" indem drei Begriffe innerhalb eines Bildes gezeichnet werden. Angelehnt an Friedrich Nietzsche wird in "Alles Lüge und Täuschung" ein wissenschaftlicher Satz mit einem popkulturellen Zitat zu einer neuen sinnvollen Aussage remixed. "Das sichtbare Foto" bezieht sich auf Béla Balázs Schriften zu Kinematografie, ausgehend von einem Foto werden Wörter "aneinandergekettet". Eine Hommage an Walter Benjamins "Das Kunstwerk in seiner technischen Reproduzierbarkeit" ist die Station "Die Aura von YouTube", hier geht es um die pantomimische Imitation von YouTube-Videos. Die Station "Kommunikative Einschläge" beziehen sich auf Harold Innis, nach dem Schiffe früher als zentrale Kommunikationsmittel galten, weshalb hier mit Wörtern gefüllte Raumschiffe versenkt werden müssen.

In einem Mix aus Blinde Kuh und Heiß-Kalt erhält Marshall McLuhan endlich seine wohlverdiente Massage. "Das Flusserspiel" verbindet ein Hochzeitstrinkspiel von einer Kutschfahrt mit der Lebens- und Ideengeschichte von Vilém Flusser. Im "Skopophiliememory" wirft man mit Laura Mulvey lüsterne Blicke auf das Erinnerungsvermögen in Bezug auf narratives Kino. Bei der Cyborg-Station zu Donna Haraway wird Kontakt zur Außenwelt aufgenommen, ein zufällig ausgewählter Tweet muss von SpielerInnen ohne Erklärung auf einem ihrer Kommunikationskanäle geteilt werden. Sadie Plant ist die Patin für "Cyber Quanta Over-Lower-Drive", einer Aufgabe, die ähnlich funktioniert wie Twister. Die SpielerInnen versuchen mit Händen und Füßen so viele Begriffe wie möglich zu berühren, ihre Körper werden dabei buchstäblich ineinander verwoben. Dabei müssen auch gemeinschaftlich Spuren im digitalen Wissensuniversum hinterlassen werden, indem der Wikipedia-Eintrag der maßgeblichen Medientheoretikerin Sybille Krämer kollaborativ erweitert wird.

Alle diese Themen-Stationen beschäftigen sich etwas ver-rückt und mit einem dicken Augenzwinkern mit ihren philosophischen Berühmtheiten und deren Denkansätzen. Die Lust am Blödeln und am Schabernack kleiden die vermeintlich kopflastigen Themen in eine kindliche Leichtigkeit. Besonderen Spaß macht es, dass über alle Stationen hinweg in medienpädagogisch beeindruckender Weise so viele verschiedene Medien zum Einsatz kommen, wie etwa Smartphones, Stifte, Computer, Fotos, Zeitungen, Briefmarken, Bonbons, Hände, Füße oder Augenpaare.

III. Brettspiel als Medien-Kunst-Projekt

Das interdisziplinäre Linzer Kunstkollektiv qujOchÖ arbeitet seit 2001 an der Schnittstelle zwischen Kunst, Wissenschaft, Politik, Gesellschaft und Unterhaltung. Die Selbstbeschreibung "undiszipliniert" fasst seine Umtriebe wohl am besten in ein Wort. Aus den Reihen von qujOchÖ haben sich Davide Bevilacqua, Eva Maria Dreisiebner und Thomas Philipp zur Neigungsgruppe **Medientheorie-Brettspiel** zusammengetan. Gemeinsam haben sie drei Jahre an der Entwicklung des **Mythos von Teuth** getüftelt und ihn schließlich im September 2017 auf der [Ars Electronica](#) präsentiert.

Anfangs war es vor allem eine Auseinandersetzung mit Texten, genauso wie im Spiel sind sie bei Platon eingestiegen und haben sich bis in die Gegenwart vorgearbeitet. Die Idee ein Brettspiel in Kombination mit Medientheorien zu machen, war von Beginn an da. So wurde bald parallel zu Leserkreisen gebrainstormt, welche Theorien sich überhaupt spielerisch umsetzen lassen. Nur ein Teil dieser Ideen wurde dann tatsächlich in die Endversion des Spiels eingebaut. Zuerst gab es einige Testspiele mit verschiedenen SpielerInnen, die KünstlerInnen haben sich hier Feedback über Spielbarkeit einzelner Stationen und den Gesamteindruck eingeholt. Einiges wurde nach diesen Testrunden verworfen, weil es nicht verstanden wurde, weil es nur für wenige lustig war oder einfach aus Zeitgründen.

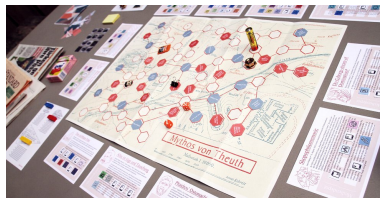


Abb. 3 Mythos von Teuth - Das Spielbrett
Quelle: [qujOchÖ](#)

Ziel des Medien-Kunst-Brettspiel Projekts war es, den Spaß ins Zentrum zu stellen. Sie wollten ein lustvoller Umgang mit Medien und Theorien vermitteln, der ExpertInnen und Nerds genauso anspricht wie interessierte Brettspielfans. Es sollte vor allem möglich sein, einen Zugang zum Spiel zu finden, ohne sich vorher schon mit den Themen beschäftigt zu haben. Der künstlerische Anspruch der SpielmacherInnen bestand darin, zu experimentieren und herauszufinden auf welche Weise sich all das überhaupt umsetzen lässt. Es sollte kein Lernspiel werden, in dem Wissen abgeprüft oder Fakten angeeignet werden. Wesentliche Ziele für die EntwicklerInnen sind der Spaß am Ausprobieren gewisser Gedanken, die praktische Komponente, mit Medientheorien zu experimentieren, und sich dabei von Ideen inspirieren zu lassen. Es geht also darum, sich im Idealfall eine kreative Mediennutzung oder einen neuen Blickwinkel anzueignen.

Zwei Dinge, meint Eva Maria Dreisiebner, seien ihnen bei der Entwicklung bewusst geworden: **Erstens** ist Geschichte der Medientheorie sehr männlich dominiert, dem haben sie mit zeitgenössischen Theoretikerinnen entgegengesteuert. Zweitens war die schwierigste Aufgabe überraschenderweise das Schreiben der Spielanleitung.

IV. Der Körper als Medium

Wie spielt sich so ein intellektuelles Medien-Kunstprojekt in der Praxis? Auf den ersten Blick lesen sich die

Aufgabenstellungen etwas sperrig, sie klingen komplizierter als sie dann in der Umsetzung tatsächlich sind - so die einhellige Meinung aller SpielerInnen. Auf den zweiten Blick ist **Mythos von Theuth** eine Art **Activity** der Medienphilosophie. Es kombiniert den Einsatz von Strategie, Kreativität und Bewegung höchst abwechslungsreich. Gleich mehrere SpielerInnen-Typen werden angesprochen: Jene, die eine fantasievolle Narration mit surrealen Elementen schätzen, jene, die gerne Hindernisse überwinden und Aufgaben kreativ lösen, solche, die neue Denkansätze entdecken wollen und schließlich auch jene die den (diskursiven) Wettstreit schätzen.



Abb. 3 Mythos von Teuth - Im Spiel

Quelle: qujOchÖ

Der Einstieg braucht etwas Zeit und es empfiehlt sich, eine engagierte Spielleitung auszuwählen. Im Depot waren die EntwicklerInnen Teil der Inszenierung, wurden als Spielleitung selbst AkteurInnen des Spiels. Dieses Setting hat der Narration besonderen Nachdruck gegeben und dem Spiel eine intensivere Dynamik verliehen. Für die vier SpielerInnen war es dadurch möglich sich voll und ganz in das Spiel einzulassen. Insgesamt ist das Spielerlebnis äußerst kurzweilig, die ungewöhnliche Mischung an hohem Anspruch und absurden, witzigen Aufgaben funktioniert gut miteinander. Die Spielidee sowie die Ästhetik der Spielmedien sind sehr gelungen und mit Liebe zum Detail umgesetzt. Es werden sehr viele Medienbezüge hergestellt, die man üblicherweise nicht hat und jede Station weckt die Neugier auf das, was dahintersteckt.

Besonders ansprechend ist, dass das "bierernste" Wissen aus dem universitären Elfenbeinturm freigesetzt und im Spiel neuen Kontexten, Interpretationsmöglichkeiten und Gedanken zugeführt wird. Die SpielerInnen werden angehalten ihren eigenen Körper als Medium zu benutzen und mit vollem Körpereinsatz Medienphilosophie zu betreiben. Es wird spielerisch mit allen Sinnen diskutiert und die verrückten Übungen bringen ganz neue Denkanstöße. Ein gelungener Rahmen für dieses Spiel wäre mit Sicherheit eine Spielerunde im Rahmen einer Lehrveranstaltung, die sich mit Medien, Kunst oder Philosophie beschäftigt. Dieser Kontext macht große Lust darauf mehr über die jeweiligen Hintergründe und Theorien zu erfahren. Frau könnte zudem versuchen, das Spiel gemeinsam um neue Stationen und PhilosophInnen zu erweitern.

Kurz: **Mythos von Teuth** ist eine ästhetisch ansprechende, kurzweilige ludologische Reflexion zu Medientheorien der letzten 2500 Jahre. Die Live-Spiele-Runden mit einer ausgewählten "Medien-Mischpoke" auf diversen Festivals sind eine gelungene performative Realisierung dieses Kunstprojektes, bei dem auf allen nur erdenklichen Ebenen und Metaebenen auf Medien eingegangen wird. Ein geniales Spiel für MedienfetischistInnen, Wissenschaftsnerns und überhaupt für Leute, die den kleinen Blödsinn in geselliger Runde schätzen.

Das Spiel wurde in drei verschiedenen Versionen in englischer und in deutscher Sprache produziert: **Phaedrus** ist eine frei verfügbare Version zur Eigenproduktion, **Platon** die Standardversion in einer VHS Box und **Theuth** Deluxe-Edition in der Dia-Schachtel mit zahlreichen Extras und von qujOchÖ signierte. Es kann unter www.qujOchOE.org/mvt zum Eigenbau heruntergeladen oder bestellt werden.

Weitere Bilder zu **Mythos von Teuth** aus dem Depot (c) qujOchÖ finden sich online unter: <https://qujochoe.org/mythos-von-theuth-depot-wien/> (Letzter Zugriff: 20.03.2018)

Tags



brettspiel, medientheorie

Impressum und Offenlegung gemäß §25 des Mediengesetzes

Medieninhaber: Republik Österreich, Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung

Zuständigkeit: Laut Bundesministeriengesetz 1986 in der jeweils geltenden Fassung

Hersteller: Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung

Verlagsort: Wien

Herstellungsort: Wien

Kontakt: Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, Abteilung IT/3, Minoritenplatz 5, 1014 Wien

<http://bmbwf.gv.at>