



Virtuelle Computer- spiel- welten

REZEPTION
UND TRANSFER
IN DYNAMISCH-
TRANSAKTIONALER
PERSPEKTIVE

BENJAMIN BIGL

HW

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Benjamin Bigl

Virtuelle Computerspielwelten.

Rezeption und Transfer in dynamisch-transaktionaler Perspektive

Köln: Halem, 2016

Die vorliegende Arbeit wurde von der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie der Universität Leipzig im Sommersemester 2014 als Dissertation angenommen.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2016 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print): ISBN 978-3-86962-193-7

ISBN (PDF): ISBN 978-3-86962-194-4

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

UMSCHLAG: *Resident Evil 4*, © Capcom Co., Ltd., all rights reserved

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Benjamin Bigl

Virtuelle Computerspielwelten

Rezeption und Transfer in
dynamisch-transaktionaler Perspektive

HERBERT VON HALEM VERLAG

Meinen vier Eltern

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	13
Vorwort	15
1. EINLEITUNG	20
2. VORBEMERKUNGEN – COMPUTERSPIELE IN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT	27
2.1 Computerspiele in der Kommunikationswissenschaft	30
2.1.1 <i>Zum Medienbegriff</i>	32
2.1.2 <i>Zum Kommunikationsbegriff</i>	42
2.2 Das Computerspiel im Kommunikationsprozess	47
2.3 Kommunikationsmodell zwischen Kommunikator und Spieler (K-S-Modell)	50
2.4 Zusammenfassung: Das Computerspiel als Massenkommunikationsmedium	56
3. MEDIENVIRTUALITÄT ALS PHÄNOMENOLOGISCHER BEZUGSRAHMEN	59
3.1 Forschungsgegenstand und Bezugsrahmen	63
3.2 Forschungsleitende Fragen	64
3.3 Ziele der Arbeit	65
3.4 Relevanz	65

4.	BEWEGUNGSGESTEUERTE COMPUTERSPIELE AM BEISPIEL DER WII	67
4.1	Die Herausbildung der Computerspiele als Plattform	68
4.2	Genese der Computerspielentwicklung	71
4.3	Plattform-Modell der Computerspiele	76
4.4	Zum Spielbegriff	81
4.5	Computerspielen aus psycho- und physiologischer Perspektive	85
4.6	Zusammenfassung: Die Wii als prototypisches Konzept der Virtualisierung	101
5.	VIRTUALITÄT ALS KONZEPT DES ERLEBENS VIRTUELLER WELTEN	104
5.1	Begriffsbestimmung ›virtuelle Realität‹	104
5.2	Begriffsbestimmung ›virtuelle Welt‹	110
5.3	Vorschlag eines integrativen Weltenmodells	116
5.4	Zur Spezifik virtueller Welten	119
5.5	Virtualität als Konzept und Voraussetzung des Erlebens einer virtuellen Welt	123
5.5.1	<i>Präsenz</i>	127
5.5.2	<i>Immersion, Involvement und Flow</i>	130
5.5.3	<i>Interaktivität</i>	133
5.5.4	<i>Exkurs: Anwendungsfelder</i>	141
5.6	Zusammenfassung: Zum Erleben von virtuellen Welten	142
6.	TRANSFERPROZESSE IN DYNAMISCH-TRANSAKTIONALER PERSPEKTIVE	149
6.1	Das Transferprozess-Modell	150
6.1.1	<i>Weitere transferbezogene Studien</i>	155
6.1.2	<i>Transferebenen</i>	159
6.2	Der dynamisch-transaktionale Ansatz als Metamodell der Transferwirkung	167

6.2.1	<i>Grundannahmen des dynamisch-transaktionalen Ansatzes</i>	167
6.2.2	<i>Die Elemente des DTA: Transaktion, Dynamik und Molarer Kontext</i>	170
6.3	Integration des Transfermodells in den DTA	174
6.4	Zusammenfassende Schlussfolgerungen	178
7.	HYPOTHESEN	182
7.1	Operationalisierung	186
7.2	Überlegungen zur Methodik	187
7.3	Überlegungen zur Stimuluswahl	190
8.	INTERTRANSAKTIONEN UND FUNKTIONALE TRANSFERS	193
8.1	Stimulus: Tiger Woods PGA Golf Tour	193
8.2	Untersuchungsdesign	194
8.3	Ablauf des Experiments	195
8.4	Erhebungsinstrumente: Fragebogen und Beobachtungsbogen	196
8.5	Befunde	198
8.5.1	<i>Soziodemografische Charakteristika</i>	198
8.5.2	<i>Transfer durch das Spiel</i>	199
8.5.3	<i>Transfer in das Spiel</i>	202
8.5.4	<i>Weitere Befunde</i>	204
8.6	Schlussfolgerungen und Implikationen	205

9.	INTRATRANSAKTIONEN UND AFFEKTIV-KOGNITIVE TRANSFERS	206
9.1	Stimuli: <i>Resident Evil IV, Resident Evil – The Darkside Chronicles & Max Payne 2</i>	206
9.2	Untersuchungsdesign	212
9.3	Ablauf des Experiments	214
9.4	Erhebungsinstrumente	217
	9.4.1 <i>Online-Fragebogen zur Rekrutierung und Quotierung</i>	217
	9.4.2 <i>Fragebogen</i>	218
	9.4.3 <i>Rekonstruktive Methoden</i>	225
9.5	Gruppenbildung, Datenaufbereitung und Analyseverfahren	227
9.6	Befunde	230
	9.6.1 <i>Soziodemografische Charakteristika</i>	231
	9.6.2 <i>Präsenzerleben und Involvement</i>	232
	9.6.3 <i>Affektiv-kognitiver Transfer</i>	239
	9.6.4 <i>Virtuelle Welten im Urteil der Spieler</i>	260
	9.6.5 <i>Rekonstruktion virtueller Spielwelten</i>	268
	9.6.6 <i>Dynamik der Spielrezeption</i>	287
9.7	Zusammenfassung	304
10.	DISKUSSION UND AUSBLICK	317
	Literaturverzeichnis	328
	Anhang	380

Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1	K-S-Kommunikationsmodell	52
Abb. 2	Plattform-Modell der Computerspiele	77
Abb. 3	Integratives Weltenmodell (schematische Darstellung)	116
Abb. 4	Interaktivität und Präsenz im integrativen Weltenmodell	126
Abb. 5	Integrated Model of Multimedia Interactivity	137
Abb. 6	Transfer und Rezeption im integrativen Weltenmodell	150
Abb. 7	Ausdifferenziertes Transaktions-/Transfermodell	176
Abb. 8	<i>Tiger Woods PGA Tour 2008</i>	193
Abb. 9	Untersuchungsdesign Studie 1	195
Abb. 10	<i>Resident Evil IV</i>	206
Abb. 11	Ablauf Hauptexperiment Teil 1	215
Abb. 12	Ablauf Hauptexperiment Teil 2	216
Abb. 13	Präsenzprofil der beiden Plattformen	236
Abb. 14	Aufsummierte Skalenwerte der Affektlage im Hauptexperiment im Zeitverlauf	244
Abb. 15	Positive Affekt-Items (Mittelwerte)	244
Abb. 16	Negative Affekt-Items (Mittelwerte)	245
Abb. 17	Bedeutsame Affektunterschiede zum Zeitpunkt T2	250
Abb. 18	Linearer Spielablauf bei <i>Resident Evil IV</i>	277
Abb. 19	Marktplatzszene	278
Abb. 20	Affektiv geprägte Schlüsselszenen	281
Abb. 21	Pulsverlauf nach Plattformen sowie Involvement; Frequenz (y) und Minuten (x)	296
Abb. 22	Pulsverlauf nach Plattformen und Negative Affekte; Frequenz (y) und Minuten (x)	297
Abb. 23	Pulsverlauf nach Plattformen und Positive Affekte; Frequenz (y) und Minuten (x)	298
Abb. 24	Pulsverlauf nach Vorerfahrung sowie wahrgenommener Realismus; Frequenz (y) und Minuten (x)	299

Abb. 25	Pulsverlauf Geschlecht sowie Negative Affekte; Frequenz (y) und Minuten (x)	301
Abb. 26	Kognitive und physiologische Komponenten im Transaktions-/Transfermodell	304

Verzeichnis der Tabellen

Tab. 1	Leistungen und Funktionen von Computerspielen	40
Tab. 2	Gesamtmarkt digitale Spiele 2013/2014	69
Tab. 3	Genese der Computerspielentwicklung	72
Tab. 4	Computerspiele mit Bewegungssteuerung im Vergleich	98
Tab. 5	Transferstudien und Transferarten im Vergleich	165
Tab. 6	Aktiv-passiv-Dimensionen zwischen Kommunikator und Spieler	169
Tab. 7	Training und Veränderung der Schlagzahl	199
Tab. 8	Mittelwerte der Schlaganzahl des Pre- und des Post-Tests in Studie 1	200
Tab. 9	Stimuli des Hauptexperiments im Vergleich	212
Tab. 10	Zufallsgruppenversuchsplan und Quotierung im Hauptexperiment	213
Tab. 11	Igroup Presence Questionnaire	222
Tab. 12	Dimensionen des Präsenzerlebens in Studie 2 (T2 und T4)	233
Tab. 13	Skalensummen des Positive and Negative Affect Schedule (T1 und T2)	240
Tab. 14	Skalensummen der Affektlage (PANAS) in Studie 2 (T1-T4)	241
Tab. 15	Mittelwerte der Affektlage (PANAS) in Studie 2 (T1-T4)	246
Tab. 16	Negative Affekte T2 in Studie 2	249
Tab. 17	Lineares Modell der Prädiktoren für NA in Studie 2 (T2 global)	254
Tab. 18	Lineares Modell der Prädiktoren für NA in Studie 2 (T2 <i>Resident Evil IV</i>)	255
Tab. 19	Lineares Modell der Prädiktoren für PA (T2) in Studie 2 (global)	256
Tab. 20	Lineares Modell der Prädiktoren für PA (T2) in Studie 2 (<i>Resident Evil IV</i>)	257

Tab. 21	Lineares Modell der Prädiktoren für PA (T4) in Studie 2 (global)	257
Tab. 22	Lineares Modell der Prädiktoren für PA (T4) in Studie 2 (<i>Resident Evil IV</i>)	258
Tab. 23	Einschätzung der Spielwelt (T2)	262
Tab. 24	Beurteilungsfaktoren für die virtuelle Spielwelt (T2)	264
Tab. 25	Einschätzung der Spielwelt (T4)	267
Tab. 26	Körperphysiologische Kennwerte in Studie 2	289
Tab. 27	Übersicht Reliabilität der wichtigsten Skalen in Studie 2	380
Tab. 28	Präsenzerleben in Studie 2	380
Tab. 29	Positive Affekte T3 in Studie 2	382
Tab. 30	Korrelationen der IPQ und PANAS Teilskalen	384
Tab. 31	Lineares Modell der Prädiktoren für NA T4 in Studie 2 (global)	385
Tab. 32	Lineares Modell der Prädiktoren für NA T4 in Studie 2 (<i>Resident Evil IV</i>)	385
Tab. 33	Erinnerte Spielelemente <i>Resident Evil IV</i> in Studie 2	386
Tab. 34	Körperphysiologische Kennwerte (nach Spielhandlungen und Plattform)	387
Tab. 35	Körperphysiologische Kennwerte (nach Spielepisoden Plattform)	388
Tab. 36	Körperphysiologische Kennwerte (nach Spielelementen und Plattform)	388
Tab. 37	Körperphysiologische Kennwerte (nach Spielhandlungen und Vorerfahrung)	389
Tab. 38	Körperphysiologische Kennwerte (nach Spielepisoden und Vorerfahrung)	390
Tab. 39	Körperphysiologische Kennwerte (nach Spielelementen und Vorerfahrung)	390
Tab. 40	Körperphysiologische Kennwerte (nach Spielhandlungen und Geschlecht)	391
Tab. 41	Körperphysiologische Kennwerte (nach Spielepisoden und Geschlecht)	392
Tab. 42	Körperphysiologische Kennwerte (nach Spielelementen und Geschlecht)	392
Tab. 43	Auftreten der Spielelemente in Studie 2	393

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
BpB	Bundeszentrale für politische Bildung
BPjM	Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien
bspw.	beispielsweise
bzgl.	bezüglich
CAD	Computer Assisted Design
CD	Compact Disc
CD-Rom	Compact Disc Read only Memory
d. A.	der Autor
d. h.	das heißt
DGPuK	Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
DVD	Digital Versatile Disc
etc.	et cetera/im Übrigen
GP	General Presence
H. i. O.	Hervorhebung im Original
i. d. A.	in dieser Arbeit
IfKMW	Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
INV	Involvement
IPQ	Ingroup Presence Questionnaire
ISFE	Interactive Software Federation of Europe
ISPR	International Society for Presence Research
JuSchG	Jugendschutzgesetz
Kap.	Kapitel
LAN	Local Area Network
MIT	Massachusetts Institute of Technology
MMO	Massively Multiplayer Online
MMOPRG	Massively Multiplayer Online Role Playing Game
MP 2	Max Payne 2

NA	Negative Affect
n. s.	nicht signifikant
o. S.	ohne Seitenzahl
PA	Positive Affect
PANAS	Positive and Negative Affect Schedule
PDA	Personal Digital Assistant
PEGI	Pan European Game Information
PR	Public Relations
PSB	Parasoziale Beziehung
PSI	Parasoziale Interaktion
REAL	Realism
RE DC	Resident Evil – The Darkside Chronicles
RE IV PC	Resident Evil IV (PC-Version)
RE IV Wii	Resident Evil IV (Wii-Version)
SCL	Skin Conductance Level
SCR	Skin Conductance Response
SP	Spatial Presence
Tab.	Tabelle
u. Ä.	und Ähnliches
u. a.	unter anderem
u. U.	unter Umständen
urspr.	ursprünglich
USK	Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle
v. a.	vor allem
VE	Virtual Environment
vgl.	vergleiche
VR	Virtuelle Realität
WAN	Wide Area Network
z. B.	zum Beispiel

Vorwort

Nach Friedrich Schiller ist der Mensch nur ganz da, »wo er spielt«.¹ Und mit den neuen Generationen von Computer- und Virtual-Reality-Games ist das Spielen auch in eine »andere«, technikvermittelte Dimension vorgestoßen und inzwischen in den Alltag eingegangen. So gut erforscht sein mag, wer wie oft welche Spiele spielt, so ist doch die Antwort auf die Frage, was dabei geschieht und welche Folgen es hat, oft genug eher Sache ahnungsvoller und auch ahnungsloser Spekulation denn genauer Kenntnis. Benjamin Bigls Arbeit, am 9. Juli 2014 von der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie der Universität Leipzig als Dissertation angenommen, kann mit Recht als ambitioniert bezeichnet werden. Sie handelt nicht nur von einem anspruchsvollen Versuch, das Erleben bei Computerspielen experimentell zu untersuchen und genau dieser Frage im Sinne von Grundlagenforschung nachzugehen. Sie gehört vor allem zu den Arbeiten, die das (Computer-)Spiel als Gegenstand der Kommunikationswissenschaft etablieren wollen, und dieses Anliegen sehr durchdacht und engagiert verfolgen. Und so setzt der Autor vor seine systematischen Abhandlungen des eigenen Forschungsansatzes ein Kapitel, mit dem das (Computer-)Spiel als Gegenstand der Kommunikationswissenschaft etabliert wird. Im Mittelpunkt steht dabei eine Modellbildung, die für das Spiel unterschiedliche Kommunikationsebenen oder -prozesse erkennen lässt: die mit dem Autor des Spiels, mit der Plattform bei Online-Spielen, mit der kommunikativen und gegenständlich-virtuellen Welt des Spiels, die oft zugleich mit anderen kommunikativen Welten in Beziehungen steht sowie mit Spiele-Gemeinschaften unterschiedlichster Art. Diese kommu-

1 SCHILLER, FRIEDRICH: *Briefe über die ästhetische Erziehung des Menschen* (15. Brief). Frankfurt/M. 2007 (urspr. 1795)

nikative Vielschichtigkeit des Spiels zu verdeutlichen, ist verdienstvoll. Denn in der Tat scheint die zögerliche Verortung dieses Phänomens in der Wissenschaft von der (medial vermittelten) Kommunikation nicht allein von angesprochenen fachpolitischen Konjunkturen gekennzeichnet zu sein, wie es bei anderen Unterhaltungsphänomenen auch schon oft beobachtet wurde; es geht auch um ein vielschichtiges Begriffsverständnis von Medien und Kommunikation.

In den empirischen Untersuchungen der Arbeit bildet die Frage nach ›Transfers‹ zwischen Spiel und Realität, beispielsweise in Form von Handlungsmustern, das Zentrum. Die grundlegende Vermutung der Arbeit ist es, dass Spielen (erst recht in virtuellen Realitäten) eine Art des ›Eintauchens‹ in eine andere Art von Realität darstellt. Eine Überlegung, die durchaus ihre Geschichte hat, empirisch aber selten konsequent umgesetzt wird (u. a. weil sie Prozessforschung erfordert). Die theoretische Vorarbeit, die für diese Untersuchungen geleistet wird, ist kenntnisreich und differenziert; sie unternimmt den Versuch, sehr unterschiedliche Theoriebestände zusammenzudenken und – etwa unter dem Dach des dynamisch-transaktionalen Ansatzes (DTA) – zu integrieren. Es ist die besondere Stärke dieser Kapitel, kommunikationswissenschaftliche Fragen zu (Computer- bzw. VR-)Spielen aufzuwerfen und mit ersten Antworten auch Anregungen zum produktiven Nachdenken zu geben.

Die Forschungsfragen zum Erleben von Spielen der genannten Art und zu möglichen Transfers werden durch ein aufwendiges experimentelles Design am Beispiel gut ausgewählter Spiele auf unterschiedlichen technischen Plattformen (Wii vs. PC) beantwortet. Das Design lädt den Hypothesentest mit explorativen Momenten auf, was angesichts des defizitären Forschungsstandes als ausgesprochen vernünftig erscheint. Das trifft vor allem auf das (Haupt-)Experiment zu. Dieses wird mit seiner Differenziertheit (Variation des Spieltyps und der Stimuli, Messwiederholungen, sinnvolle Zuweisung der Vpn. zu den Versuchsgruppen mittels Quotierung, Wiederholung des Experiments nach einer Woche zur Ermittlung von längerfristigen Trends) höchsten Ansprüchen gerecht. Da der Autor sowohl die Prozessforschung als adäquat für die Antwort auf seine Forschungsfragen ansieht als auch der Vielschichtigkeit des untersuchten Prozesses gerecht werden will, sind die eingesetzten Methoden (bewährte, teils neu entwickelte Skalen, physiologische Messungen, Erinnerungstests usw.) breitbandig, teils selbst experimentell und in gewisser Hinsicht explorativ, methodisches Neuland erkundend. Der neu entwickelte Erinnerungstest,

sich an der Methode des Lauten Denkens orientierend, ist beispielsweise originell und schmiegt sich dem spielerischen Charakter des Untersuchungsgegenstands an. In gewisser Hinsicht umreißt die Arbeit ein Forschungsprogramm zur Spieleforschung. Darauf hätte das Fach auch schon früher kommen können, auch wenn die ›Elektronisierung‹ des Spiels nun neue Dimensionen und Erlebensweisen hervorgebracht hat.

Hans-Jörg Stiehler

12.04.2016

»Das Problem, das uns jetzt bevorsteht, ist folgendes: Wie lassen sich Realitäten erzeugen, die für die in ihnen verweilenden vernünftigen Wesen in keiner Weise von der normalen Realität unterscheidbar sind, doch anderen Gesetzen unterliegen als diese?« (LEM 1980: 311)

1. EINLEITUNG

Fragen nach möglichen negativen Auswirkungen des Spielens gewalthaltiger Computerspiele kehren in zyklischer Regelmäßigkeit (FISCHER/NIEMANN/STODIEK 1996) mit jeder neuen Generation von interaktiven Computer- und Videospiele, die den Computerspielern ein noch realistischeres Spielvergnügen versprechen (vgl. FEHRENBACH 2014), auf die Agenda von Jugendschützern (vgl. GRASHOF/HILSE 2013), der Politik (vgl. MAAS 2009) sowie der Medien zurück.

Markige Überschriften wie *Je brutaler die Spiele, desto schlechter die Schulnoten* (SCHWEIDLER 2013) zieren die Titelseiten der Tageszeitungen. Zu verlockend ist es, virtuellen Computerspielwelten eine Ähnlichkeit zur realen Umwelt zu unterstellen und diese als ein schädliches Trainingswerkzeug für die Wirklichkeit zu brandmarken, welches »unseren Kindern« (DEGATANO/GROSSMAN 2003) das Töten beibringt. Medienredaktionen – auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk – tragen dazu bei, durch manipulierte Video-Einspieler¹ sowie durch falsch zitierte Aussagen (ALP 2013) eine ausgewogene Diskussion dieser Befürchtungen zu erschweren. Seitens der Öffentlichkeit überwiegt noch Jahre nach dem schrecklichen Amoklauf in Winnenden die Befürchtung, dass ein ungeprüfter Transfer aus der Spielwelt in die Lebenswelt der Spieler durch ganz bestimmte Spieltitel und -typen befördert wird.

1 Beispielhaft sei auf die TV-Talkshow *Hart aber Fair: Handy an, Hirn aus - wie doof machen uns Apple und Co.?* vom 4. Februar 2013 (ARD) verwiesen (ALP 2013).

Unabhängig von gängigen normativen Forderungen gegenüber den Spielern sowie gegenüber den Kommunikatoren der Spielbranche, ob und inwieweit ein Spiel realistisch sein darf, ist die Diskussion, was generell an einem Spiel realistisch ist oder realistisch sein kann, eher erkenntnistheoretischer Natur. Der Forschungsstand zu konkreten möglichen negativen Auswirkungen des Spielens bestimmter Computerspiele ist überdies nach wie vor sehr inkonsistent (vgl. ELSON/FERGUSON 2014b; KUNCZIK/ZIPFEL 2010b; 2004). Methodische Schwierigkeiten sowie ein sich ständig ändernder und sich weiterentwickelnder Gegenstandsbereich erschweren die theoretische Modellierung, die methodische Konzeption sowie den empirisch sauberen Nachweis entsprechender Vermutungen. Andererseits spielen die Vielschichtigkeit und Komplexität dieser Vermutungen wie auch die Bedingungen und Prämissen, unter welchen die mediale Öffentlichkeit funktioniert, eine nicht zu unterschätzende Rolle in diesem Bedingungsgefüge. Aufseiten der Eltern jugendlicher Spieler, bei Politikern sowie Medienvertretern gleichermaßen – von prominenten Ausnahmen abgesehen (vgl. SAGATZ 2013) – kann auch aufgrund geringer eigener spielerischer Vorerfahrung ein gewisses Unverständnis für die Faszination des populärsten Unterhaltungsmediums (REINECKE/TREPTE 2012) unterstellt werden.

Gemessen an der Anzahl der Nutzer (vgl. QUANDT et al. 2013) sowie dem wirtschaftlichen Erfolg (vgl. BIU 2014) besitzen Computerspiele jedoch zweifellos eine nicht mehr zu übersehende Relevanz. Innerhalb der Kommunikationswissenschaft scheint diese hingegen nicht immer klar ersichtlich zu sein (vgl. BROSIUS 2003), trotz der Eignung als Querschnittsthema zu fachverwandten Disziplinen. Eine wachsende Anzahl internationaler Konferenzen (bspw. DiGRA Conference, GDC, F.R.O.G.) sowie erste Fachgesellschaften (bspw. DiGRA, ICA Game Studies Division; ECREA Digital Games Research Section) künden vom steigenden Selbstbewusstsein der Game Studies sowie vom Ringen um Positionen. Dies findet auch seinen Widerhall in thematisch vielfältigen wissenschaftlichen Fachzeitschriften (bspw. gamestudies.org, eludamos.org) sowie in Sammelwerken mit ganz unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten und Systematiken (vgl. FROMME/UNGER 2012;), in eher angewandter (vgl. BIGL/STOPPE 2013; WIMMER/MITGUTSCH/ROSENSTINGL 2012) oder eher theoretischer Perspektive (vgl. WIRTH 2012).

Über diese eher allgemeine Lagebeschreibung hinaus sind drei Aspekte und Entwicklungen für diese Arbeit maßgeblich. Erstens scheint es gesichert, dass die Nutzer von Computerspielen tatsächlich Veränderungen bei

sich nach dem Spielen bemerken (u. a. FRITZ/FEHR 2003; WITTING/ESSER 2003; WITTING 2007; BIGL 2009a; ORTIZ DEGORTARI/ARONSSON/GRIFFITHS 2012) – gewissermaßen als ein Echo der unterstellten Transfers. Gesetzt den Fall, es finden tatsächlich einseitige oder wechselseitige Transfers zwischen Spiel- und Alltagswelt statt, müssen diese zweitens ihren Ursprung in der eigentlichen Spielrezeption haben, sie müssen vom Spiel angeregt werden. Drittens entwickelte sich der Gegenstand in den vergangenen Jahren rasant, vor allem in der Art und Weise, wie Computerspiele gespielt werden (vgl. JONES/THIRUVATHUKAL 2012): Seit 2007 bietet die Spielkonsole Wii erstmals eine Möglichkeit, Spiele intuitiv durch den Einsatz des gesamten Körpers zu steuern. Seitens der Werbung wird ihr unterstellt, dass es mit dieser neuen Art zu spielen möglich ist, losgelöst von der bis dahin üblichen abstrakten Steuerung über die Computertastatur seine Avatare »mit nie gekannter Freiheit über das virtuelle Feld dirigieren zu können« (WII MAGAZIN 2009: 28).

Da in ersten Studien gezeigt werden konnte, dass die Verwendung eines natürlichen Steuergerätes (am Beispiel der Wii) zu einem tieferen Eintauchen in die Spielwelt führen kann (PIETSCHMANN/VALTING/OHLER 2012: 287), ist es die zentrale Annahme der Arbeit, dass Plattformen wie die Wii, für den Spieler eine virtuelle Spielwelt erzeugen können, die förderlich für das Eintauchen in diese Spielwelt sowie für das Entstehen der unterstellten Transfers zwischen Spiel- und Alltagswelt ist.

Forschungslücken sind erstens für die genannte technologische Entwicklung zu konstatieren, deren Relevanz klar erscheint – die Implikationen bspw. von gestenbasierten Kommunikationsanwendungen werden langsam in der Nutzung von Smartphones und Smart-TV deutlich. Die Nutzung und Wirkung bewegungssensitiver Spiele ist bis auf einzelne kommunikationswissenschaftlich orientierte Arbeiten (vgl. PIETSCHMANN 2009; PIETSCHMANN/VALTING/OHLER 2012) noch wenig empirisch untersucht worden. Nach wie vor unbeantwortet ist zweitens die Entstehung der skizzierten Transfers (vgl. ORTIZ DEGORTARI/ARONSSON/GRIFFITHS 2012) sowie drittens die Abbildung des gesamten Spielprozesses (vgl. FRITZ 2011b). Im Schnittpunkt dieser drei Themenfelder lässt sich die vorliegende Arbeit einordnen, die zum Ziel hat, die Rezeption von klassischen Computerspielen im Vergleich zu neueren Spielen mit bewegungssensitiven Eingabegeräten empirisch zu untersuchen.

Die Arbeit versucht zunächst deskriptiv-analytisch die zentrale Forschungsfrage zu klären, ob und wie sich klassische Computerspiele und

neue Virtual Reality Spiele am Beispiel der Wii grundsätzlich voneinander unterscheiden. Die Wii ist mithin der hauptsächliche Forschungsgegenstand dieser Arbeit. Mit zwei empirischen Studien sollen ferner die weiteren Forschungsfragen beantwortet werden, ob und gegebenenfalls warum diese Art des Spielens förderlich für die Entstehung von Transfereffekten ist und wie die neuen Spielwelten durch den Nutzer subjektiv erlebt und beurteilt werden.

Die Arbeit hat einen holistischen Ansatz. Sie nähert sich dem Gegenstand sowie den Fragestellungen einerseits aus einer dezidiert kommunikationswissenschaftlichen Perspektive innerhalb der Rezeptions- und Wirkungsforschung. Andererseits wird der theoretischen Diskussion auch durch die Erörterung fachverwandter Theorien und Ansätze sowie durch aktuelle Forschungsdesiderata Platz eingeräumt, um dem Charakter des Gegenstandes als einem Querschnittsthema gerecht zu werden. Die Arbeit stellt sich den methodologischen Herausforderungen der Spielrezeption in dreifacher Hinsicht. Dies betrifft erstens die methodische Konzeption mit transparenten Untersuchungsdesigns, zweitens die Auswahl von geeignetem Untersuchungsmaterial (vgl. ANDERSON/GENTILE/BUCKLEY 2007), um entsprechende Vergleiche überhaupt ziehen zu können (vgl. ELSON et al. 2015), sowie drittens eine alltagsnahe Untersuchung und Abbildung des Spielprozesses.

Die Arbeit reiht sich ein in die Traditionen der Computerspielforschung der vergangenen Jahre, die sich – von der Fach-Öffentlichkeit eher unbeachtet – von der Fixierung auf wenige Themen emanzipiert hat und mittlerweile breit aufgestellt ist. Die *Games Studies* sind hinsichtlich ihrer Themen vielfältiger, hinsichtlich ihrer Methoden zunehmend interdisziplinär geworden. Klimmt (2004) identifizierte vor über zehn Jahren noch als die drei wesentlichen Forschungstraditionen an der Schnittstelle von Kommunikationswissenschaft und Medienpsychologie die *Gewalt-Frage*, die *Gender-Frage* sowie die *Nutzen-Frage*. Ergänzt werden kann diese Aufstellung mittlerweile um Fragen nach den *Lernprozessen und -potenzialen* der Computerspielnutzung (vgl. BREUER/BENTE 2010 sowie Beiträge bei BIGL/STOPPE 2013; FROMME/UNGER 2012; WIRTH 2012). Zum Themenkreis zu zählen sind auch Arbeiten mit medienpädagogisch orientierten *Handlungsempfehlungen* (FRITZ 2011a) sowie Arbeiten im Bereich der *Kompetenzförderung* (ebd.: 117). Ferner geht es um Fragen zu *Spielkulturen* in anderen Kulturkreisen (vgl. PICARD 2013; HJORTH/CHAN 2009), um spezifische Fragen der *Online-Spielnutzung* (vgl. EKLUND/JOHANSSON 2013), um Fragen zu *problematischen Nut-*

zungsszenarien (vgl. FRITZ 2011a: 201; KUNCZIK/ZIPFEL 2010a), um Fragen des Jugendschutzes (vgl. GRASHOF/HILSE 2013), um *ethische Fragestellungen* (vgl. FRIEDRICH 2013) sowie um Fragen zur *Computerspielgeschichte* (vgl. AARSETH 2013), um nur einige zu nennen.

Der Aufbau der Arbeit orientiert sich an ihrem breiten Ansatz. Im zweiten Kapitel werden Computerspiele als Gegenstand dieser Arbeit in einleitenden Vorbemerkungen innerhalb der Kommunikationswissenschaft verortet. Die Erörterung der Spezifika des Medien- und Kommunikationsbegriffes sowie des Kommunikationsprozesses gestatten es, ein Kommunikationsmodell zwischen Kommunikator und Spieler zu entwerfen, an dem in den folgenden Kapiteln die jeweiligen theoretischen Ansätze aufgezeigt und verortet werden können. Das aufgestellte Kommunikationsmodell bildet ferner den Erklärungsrahmen des aufgezeigten Spielprozesses.

Das dritte Kapitel leistet den phänomenologischen und historischen Bezugsrahmen zur Annahme, dass Computerspiele als Kommunikationsmedium das Potenzial besitzen, Virtualität zu generieren und auf diese Weise den Spielern eine virtuelle Raumerfahrung innerhalb einer virtuellen Welt ermöglichen können. Es zeigt auf, in welchen historischen und literarischen Traditionen sich der Gegenstand bewegt und einreihet. Im dritten Kapitel werden weiterhin die forschungsleitenden Fragen und Ziele der Arbeit dargelegt. Es wird aufgezeigt, dass die spezifische Relevanz der Fragestellungen dieser Arbeit auf den kommunikationswissenschaftlichen Implikationen zukünftiger technischer Entwicklungen liegt, für welche die Wii als prototypisches Beispiel herangezogen wird.

Das vierte Kapitel ist dezidiert dem Forschungsgegenstand gewidmet. Es leistet einen Beitrag für die Erörterung der Herausbildung der unterschiedlichen Gattungen und Genres der Computerspiele, für die Diskussion des Spielbegriffs sowie für einen systematischen Vergleich der beiden zu vergleichenden Spielplattformen. Ein Exkurs zu den wesentlichen psychologischen Aspekten und Mechanismen der Spielrezeption bildet gleichzeitig eine notwendig Voraussetzung zum Verständnis des Gegenstandes und seiner Rezeption.

Im fünften Kapitel wird Virtualität als Konzept des Erlebens virtueller Welten herausgearbeitet; die Bestimmung und Differenzierung der zentralen Begriffe ›virtuelle Realität‹ und ›virtuelle Welt‹ ermöglichen die Aufstellung eines integrativen Weltenmodells. Anhand dieses Modells werden neben der Spezifik virtueller Computerspielwelten auch die Rezeptionsphänomene Präsenz, Immersion, Involvement, Flow und Inter-

aktivität aufgezeigt. In seinen Dimensionen liefert es die Grundlage für die Operationalisierung der Indikatoren von zwei empirischen Studien dieser Arbeit.

Das sechste Kapitel verortet das Transferprozess-Modell nach Fritz (u. a. 1995; 2003b; 2004; 2011b) sowie Studien auf dieser theoretischen Grundlage (u. a. WITTING/ESSER 2003) in einer dynamisch-transaktionalen Perspektive. Es wird aufgezeigt, dass sich das Transfermodell in den dynamisch-transaktionalen Ansatz (DTA) nach Früh und Schönbach (u. a. 1982, 1984, 1991a, b) integrieren lässt. Zusammenfassenden Schlussfolgerungen weisen den Weg zum empirischen Teil der Arbeit.

Der empirische Teil der Arbeit beginnt im siebten Kapitel mit der Aufstellung eines Katalogs von weiteren forschungsleitenden, teilweise explorativen Fragen und empirisch prüfbareren Hypothesen, welche im Anschluss einer Operationalisierung zugeführt werden. Zur Untersuchung und Beantwortung der Hypothesen wurden zwei Studien² entworfen und ausführlich diskutiert. Zunächst werden in Studie 1 (Kap. 8) in einer experimentellen Vorstudie Intertransaktionen und Funktionale Transfers untersucht. Das Hauptexperiment in Studie 2 ist fokussiert auf die Untersuchung von Intratransaktionen und affektiv-kognitive Transfers (Kap. 9). Das zehnte Kapitel schließt mit einer systematischen Zusammenfassung der Ergebnisse zu den aufgestellten Hypothesen und Leitfragen, wichtige theoretische und methodische Implikationen werden unter Rückbezug auf die zentralen theoretischen Annahmen der Arbeit diskutiert. Es werden Anknüpfungspunkte für die Generalisierung der Befunde genannt und ein Ausblick auf weitere Forschungslücken im Themenfeld gegeben.

Zu den zweifellos angenehmsten Pflichten eines Autors gehört abschließend der Dank. Ich danke daher vor allem meiner Familie, die mich in den vergangenen sechs Jahren unterstützt, begleitet und für die Vollendung der Arbeit motiviert und inspiriert hat. Ich danke weiter besonders Hans-Jörg Stiehler sowie Volker Gehrau für die Betreuung der Arbeit, Manuela Neue für ihren Beistand in all den Jahren, Sebastian Heinisch und Dirk Schultze für die kritische Durchsicht des Manuskripts sowie Sven Bigl für

2 Für die Darlegung der Befunde der beiden durchgeführten Studien werden nur die wichtigsten statistischen Werte referiert. Eine vollständige tabellarische Übersicht sowie die Dokumentation der anonymisierten Fallberichte können gegebenenfalls beim Autor angefordert werden.

inspirierende Gespräche und wertvolle Literaturhinweise. Ein herzlicher Dank gilt allen Teilnehmern der Projektseminare *Experimentelle Medienwirkungsforschung* sowie *Onlineforschung* am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig sowie allen Teilnehmern der beiden Experimente im Rahmen der vorliegenden Studie, insbesondere Robert Schwintek, Hagen Rehfeldt, Susann Häntzsch und Ulrich Steinbach. Markus Schubert und Jasper A. Friedrich gebührt Dank für syntax- und makrotechnische Unterstützung, Rebecca Venema und Ruszha Georgieva für die Unterstützung bei der Transkription der Interviews. Ich danke Robert K. Stewart und Bernhard Debatin für die Unterstützung und Ermöglichung meiner Recherche-Aufenthalte in Athens/Ohio sowie meinen Freunden und Kollegen Lisa Dühring, Andrea Kloß, Judith Kretzschmar, Charlotte Knorr, Katarina Werneburg, Felix Frey, Sebastian Hagen, Sebastian Koch, Sascha Kummer, Florian Funk, Markus Lorenz und Carlo Klauth für ihre vielfältige Unterstützung, auch wenn sie scheinbar noch so gering war. Schlussendlich danke ich Hartmut Warkus, über den ich erst zum Themenfeld dieser Arbeit gefunden habe. Leider viel zu früh musste er das Spiel verlassen. Hartmut Warkus war einer der wenigen, die es verstanden, ohne den pädagogischen Zeigefinger zu erheben, spannende und lehrreiche Einblicke in die Welt der Computerspiele zu geben, die für Computerspieler doch so selbstverständlich sind. *Lieber Herr Warkus, danke.*

2. VORBEMERKUNGEN – COMPUTERSPIELE IN DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

Zwei Richtungen bestimmen seit dem Aufkommen von Computer- und Videospiele Anfang der 1970er-Jahre das Feld der wissenschaftlichen, eher medienwissenschaftlich geprägten Auseinandersetzung mit diesem neuen Medium im Allgemeinen und in den sogenannten ›Game Studies‹ der Computerspielforschung im Besonderen: *Narratologen* versuchen, sich dem Themenfeld durch Bestimmung der narrativen Paradigmen innerhalb des Mediums und seiner Struktur zu nähern. Sie rekurrieren damit auf einen »objektiven Rahmen (story und discourse, dramaturgische Gestaltung des Spiels) jenseits seiner Nutzung« (SCHUMACHER/KORBEL 2010: 57). *Ludologen* hingegen fokussieren »auf das game play (Regelwerk; Spielmechanik), die Anwendung der Regeln im Vollzug des Spiels« (ebd.). Beide Herangehensweisen versuchen aus unterschiedlichen Perspektiven, Funktionen, Faszination und Wirkungsweise des Spieles zu beschreiben und zu erklären. Entweder »through their narrative or representational strategies« (APPERLEY 2006: 8) oder indem sie versuchen, den Spieler, das Spielgeschehen oder die Beschaffenheit konkreter Spielangebote durch das Aufstellen von Typologien und Modellen verstehbar zu machen. Beide Perspektiven zielen darauf ab, den digitalen Code des Spielverstehens auf jeweils spezifische Art und Weise zu entschlüsseln. Unabhängig von diesen beiden Positionen fragt dieses einführende Kapitel, welche Perspektive sich aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht auf den Gegenstand Computerspiel eröffnet, dessen – wie auch immer präzise vermutete – Rezeptionsphänomene im weiteren Verlauf empirisch fassbar, begreif- und verstehbar gemacht werden sollen. Dies erfordert einige Vorbemerkungen hinsichtlich der Verwendung des Kommunikations- wie auch

des Medienbegriffes. Es wird somit gefragt, in wieweit es sich beim Computerspiel um ein Kommunikationsmedium handelt.

Zunächst ist festzuhalten, – und das ist keine neue, aber für diese Arbeit die erste wichtige Erkenntnis – dass das Anwachsen der verfügbaren Freizeit im Wesentlichen einhergeht mit einer höheren Mediennutzung (vgl. KROTZ 2007: 35). Freizeitgestaltung ist fast immer auch Mediennutzung. Dies hat nicht nur zur Folge, dass »die Modi menschlicher Erfahrung immer mehr an die Massenmedien abgetreten werden« (MERTEN 1994a: 158). Mediennutzung ermöglicht Erfahrungen aus Wirklichkeits- und Erlebensbereichen, »die durch eigene, unvermittelte Erfahrungen« (ebd.) in dieser Qualität nicht gemacht werden (können). Medien (re)konstruieren also Wirklichkeiten sowie (Ab-)Bilder von Wirklichkeiten, auf die Menschen wie selbstverständlich in ihren Alltagserfahrungen Bezug nehmen.

Zweitens nehmen Computerspiele mittlerweile den größten Teil innerhalb der medialen Erlebenswelten des gesamten Medienensembles ein (vgl. QUANDT/SCHARKOW/FESTL 2010; ISFE 2012; MPFS 2013; QUANDT et al. 2013; BIU 2014). Sie sind, so soll argumentiert werden, als »Multimedia-Gerät [...] Kommunikationszentrum im Haus« (BURKART/HÖMBERG 2007b) bzw. als universelles Massenkommunikationsmedium Teil der digitalen Alltagserfahrungen und bauen auf einem Verstehen von kodifizierten, symbolkommunikativen Funktionsmechanismen auf, die es den Spielern ermöglichen, in andere (Wirklichkeits-)Welten einzutauchen (vgl. KROTZ 2007; FRITZ/FEHR 2003).

Drittens ist voranzustellen, dass das Eintauchen in diese Welten als aktiver und dynamischer Rezeptionsvorgang verstanden werden muss; Medienrezeption ist immer dynamisch (vgl. WÜNSCH 2007: 21; FRITZ 2011b: 30) und muss deswegen auch als eine solche gedacht und modelliert werden. So nehmen Spieler einerseits aktiv am Spiel teil und gestalten dieses; gleichzeitig nehmen sie aber auch als passiver Teilnehmer Kommunikationen innerhalb und außerhalb des Spiels wahr und nehmen diese in sich auf (vgl. BURKART 2002). Dieser Vorgang geht über die narrativen und symbolkommunikativen Angebote der computergenerierten (Spiel-)Welt hinaus und verweist auf die Grundaussagen und -annahmen des dynamisch-transaktionalen Ansatzes (DTA) von Früh und Schönbach (u. a. 1982; 1984; 1991a, b). Der Spieler muss aktiv in das Spiel eintauchen, um die Spielinformationen zu verstehen, um in der (Spiel-)Welt angemessen agieren zu können sowie um den Anforderungen des Spiels gerecht zu werden. Das Potenzial für dieses Involvement in das Spiel (vgl. GEBEL/GURT/WAGNER 2005; CHUNG/KIM

2009) »meint ein vom Motivationspotenzial unterscheidbares Potenzial des Spiels zur Erhöhung der emotionalen Beteiligung durch spezifische Qualitäten der Spielerpräsenz« (GEBEL/GURT/WAGNER 2005: 265). Dieser Vorgang ist gleichermaßen graduell und dynamisch wie die Aktivierung der Spieler auch; »bei unzureichender Aktivierung können wir nicht wahrnehmen, denken oder handeln« (PÖPPEL 1998: 167; vgl. BILANDZIC 2002: 60).

Die vierte und fünfte Bemerkung richten den Blick abschließend auf die Leistung des Spiels und sein sozialpsychologisches Erleben. Computerspiele können einerseits Abbilder einer vorhandenen Welt darstellen. Andererseits können Computerspiele auch fiktionale (symbolische) und narrative Gegenwelten mit eigenen Regeln erschaffen (vgl. ANG 2006). Ohne an dieser Stelle auf den Weltenbegriff näher einzugehen (Kap. 5.2) kann angenommen werden, dass diese (Spiel-)Welt für den Spieler dann akzeptabel wird, »wenn sie eine Welt vorstellt, die so plausibel ist, daß sie wahr sein könnte« (ESPOSITO 2007: 13), aber eben nicht wahr und wahrhaftig ist. Diese Mechanismen der Simulation sind dem Computerspiel inhärent. Dennoch geht es nicht nur um bloße Nachahmung oder Täuschung. Jeder Spieler weiß, ebenso wie ein Kinobesucher, dass er diese erdachte »symbolische Welt« (vgl. KROTZ 2007: 51) nur für eine begrenzte Zeit betritt. Angetrieben von der ständigen technischen Weiterentwicklung (dazu ausführlich u.a. WIELAND 2011; ULMANN 2010; ZUSE 2010) hat diese Welt den Anspruch, mit jeder Entwicklungsstufe noch realistischer, noch realitätsnäher zu sein. Dennoch bleibt sie eine Welt, die nur aus »Pixelwesen« (HAMANN 2007) zusammengesetzt ist, unabhängig ihres Anspruchs auf Wahrheit und Vollkommenheit. Damit steht die Nutzung, das Spielen von Computerspielen in direktem Bezug zum klassischen Höhlengleichnis bei Platon, »in dem die erste Medialität der Schattenbilder mit dem Gedanken der Unerkennbarkeit der Wahrheit verbunden ist« (RUSCH/SCHANZE/SCHWERING 2007: 87). Computerspielwelten stellen als noch recht neues mediales Angebot mit eigenständigen Genres (vgl. KROTZ 2007: 163) und eigenen Regeln das normalerweise so nicht Erlebbare oder Beobachtbare dar. Sie offerieren Angebote für »Bedingungen, unter denen etwas realistisch erscheint« (ESPOSITO 2007: 17) und gestatten es so, »zur wirklichen Welt auf Distanz zu gehen« (ebd.: 18). Erfolg und Kontrolle im Spiel sind – motivational betrachtet – die primären Motive ihrer Nutzung und erklären die Faszination, die von ihnen ausgeht. Beide Motive zielen darauf ab, die auf wenige Grundelemente reduzierte virtuelle Spielwelt zu kontrollieren und damit Kontrolle über sich selbst zu erlangen; durch die »Kontrolle des Spiels wird die »virtuelle Welt« zur beherrschbaren Lebenswelt« (FRITZ/FEHR 1999: 82).

2.1 Computerspiele in der Kommunikationswissenschaft

Innerhalb des Faches ist das Medium Computerspiel nach anfänglichem Zögern zunehmend von besonderem Interesse – was sich auch auf den durch die wichtigsten kommunikationswissenschaftlichen Fachgesellschaften, wie beispielsweise der DGPUK, ausgerichteten wissenschaftlichen Tagungen zeigt. Bietet es doch in hohem Maße Anknüpfungspunkte für eine diskursive Auseinandersetzung: zum einen interdisziplinär (bspw. zur Medienpsychologie oder zur Neurokognitionsforschung), zum anderen als Schnittstelle für die Kerndisziplinen der Kommunikations- und auch der Medienwissenschaft.³ Man denke nur an Online-Spiele wie *World of Warcraft* (vgl. CORNELIUSSEN/RETTBERG 2008) und dessen Implikationen als netzbasierter Kommunikationsdienst, der über das eigentliche Spielen hinaus eine neue Online-Öffentlichkeit (vgl. dazu RÖSSLER 2003; PLEIL 2012) ermöglicht und vorantreibt. Computerspiele stellen schon längst Kommunikationssituationen und -konstellationen im öffentlichen Raum her, häufig findet das Spielen sogar öffentlich statt. Der Terminus ›öffentlich‹ kann in dieser Perspektive einerseits verstanden werden als für jedermann sichtbar – man denke nur an spielende Kinder und Jugendliche im öffentlichen Raum. Computerspiele sind darüber hinaus für jedermann öffentlich zugänglich. Andererseits finden die Kommunikation und der Diskurs über Spiele ebenso öffentlich zugänglich statt; Berichte und Debatten über Computerspiele sind Teil der publizistischen Berichterstattung, Teil des öffentlichen, des gesellschaftlichen Meinungsklimas auch in normativer Hinsicht. Computerspielen ist somit längst kein Rand- oder gar Tabuthema mehr, auch wenn es in Teilen ein streitbares ist (vgl. dazu LADAS 2002). Damit sind letztendlich aber auch die Spieler ein sichtbarer und aufgrund der steigenden Popularität der Spiele auch ein aktiver Teil der Öffentlichkeit, in der Computerspiele als Teil des Mediensystems mit anderen Medien um Aufmerksamkeit und Zuwendung konkurrieren. Diese Öffentlichkeit kann technisch bzw. formalistisch beschrieben werden als eine Gesellschaft »mit einem in sich rückgekoppelten, selbstreferenziellen

3 Damit ordnen sich Studien über die Rezeption und Nutzung von Computerspielen als konkreter Forschungsgegenstand in die Themenfelder der Fachgesellschaft und das Selbstverständnis des Faches ein (vgl. DGPuK 2008).

und selbstorganisierenden System von Kommunikationsmitteln, Mediensystemen, Medienschemata und Wirklichkeitskonstrukten« (SCHMIDT/WEISCHENBERG 1994: 219). In dieser Gesellschaft sind Computerspiele mittlerweile fest verankert (vgl. QUANDT/SCHARKOW/FESTL 2010).

Gerade aber weil das Themenfeld so vielschichtig und der konkrete Forschungsgegenstand so vielfältig und vielgestaltig ist, fällt es einerseits schwer, ihn ohne Einschränkungen in den Theorien und Methoden der (Massen-) Kommunikationsforschung (vgl. BECK/VOWE 1997) zu verorten und zu beschreiben. Andererseits ist aber zu fragen, ob man sich in der Betonung der Relevanz dessen, was in Spiel-, Arbeits- und Wohnzimmern gespielt und rezipiert wird, sich nicht nur »von einer ›Technikfaszination anstecken« lässt, die verschleiert, dass man sich eigentlich nur mit Phänomenen auseinandersetzt, die man schon von »Brettspielen« und »Spielhallen« kennt, die aber gar nicht von kommunikationswissenschaftlichem Interesse sind (oder sein sollten!, d. A.) und deren Forschungen wir in wenigen Jahren »banal« finden werden (BROSIOUS 2003: 47)? Geht es also in dieser Diskussion nur um Banalitäten oder gar die Angst eines wissenschaftlichen Faches um seine Existenzberechtigung in einer zunehmend wettbewerbsorientierten Hochschullandschaft? Die Frage ist berechtigt und mündet in einer leidenschaftlichen Forderung, sich auf die Kernkompetenzen des Faches, nämlich die öffentliche Kommunikation, zu konzentrieren (vgl. ebd.: 48). Jedoch benennt sie in ihrer Kritik nicht präzise, um was es eigentlich geht. Die Frage hinter der Frage ist doch vielmehr, ob das, was Spielerinnen und Spieler, Verbände, Programmierer, Publisher, Praktiker und PR-Strategen längst als ein Kommunikationsmedium akzeptiert haben, als ein solches bezeichnen und als solches verwenden, indem sie ihm entsprechende Funktionen, Leistungen, Wirkungen, Werte und Normen zuschreiben, ein solches im kommunikationswissenschaftlichen Sinn eigentlich ist. Liegt doch das Augenmerk der Publizistik und Kommunikationswissenschaft primär auf den Medien der öffentlichen Kommunikation, »insbesondere dem Rundfunk und den Online-Medien« (BECK 2003a: 330). Dass digitale (Computer-)Spiele nicht in dieser Aufzählung vorhanden sind, verwundert vor allem vor dem Hintergrund der Entwicklungen und Implikationen der Medienkonvergenz (vgl. SCHORB/RAKEBRAND/JÜNGER 2013), also dem »Zusammenwachsen von Telekommunikation, Rundfunk und Computer« (PÜRER 2003: 87). Diese Verwunderung ist jedoch nicht gleichzusetzen mit einer aufgeregten Faszination für diese Technik (vgl. BROSIOUS 2003). Bei nüchterner Betrachtung treten technische (End-)Geräte ebenso selbstverständlich in Erscheinung

wie neue Kommunikationsmedien (vgl. RIEPL 1913). Beide ersetzen sich nicht, existieren nebeneinander und können miteinander verschmelzen zu neuen Universalgeräten. Gleiches gilt für die (medialen) Inhalte, ihren Vertriebs-, Verwaltungs- und Abrechnungswegen, sowie den neu entstehenden öffentlichen Kommunikationswegen, was zur Folge hat, »dass ›Medien‹ immer weniger über die Eigenschaften bestimmter Geräte definiert werden, sondern über die Dienste, für die man sie in Anspruch nimmt« (BURKART 2002: 37). Gerade dieses Zusammenwachsen, diese Medienintegration (BECK 2003b) »macht häufig die getrennte Betrachtung einzelner Phänomene oder konkreter Medienprodukte obsolet« (PURER 2003: 87). Zumindest aber wird eine getrennte Betrachtung deutlich erschwert, weil weitere Kontexte berücksichtigt, mindestens aber dazu gedacht werden müssen. Die Technik alleine tritt somit immer mehr in den Hintergrund im Gegensatz zu konkreten Anwendungsdiensten sowie den entsprechenden Nutzungs- und Rezeptionsphänomenen, die obiger Definition des Konvergenzbegriffes von Burkart (2002) hinzugefügt werden können. Im Folgenden wird deswegen zunächst der Versuch unternommen werden, erstmalig Computerspiele allgemein hin auf ihre Tauglichkeit in Bezug auf den Medien- sowie den Kommunikationsbegriff und -prozess, den Spiel- und Genrebegriff zu verorten.

2.1.1 *Zum Medienbegriff*

Betrachtet man die Grundaussagen zum Medienbegriff in den kommunikations- und medienwissenschaftlichen Konzepten, Ansätzen und Modellen lässt sich summieren, dass es sich »nicht um einen Substanzbegriff, sondern um einen Funktions- oder Beziehungsbegriff« (MOCK 2006: 188f.) handelt. Innerhalb eines bestimmten kommunikativen Kontextes ist ein Medium in diesem Sinne immer nur Medium in Bezug auf etwas anderes. Eine »ursprüngliche oder vorrangige Bedeutung« gibt es insofern nicht, der Begriff bezeichnet gegenstandsbezogen »genau das [...], was er eben bezeichnet« (ebd.: 184). Die Vielfältigkeit in der Verwendung des Medienbegriffs zeigt sich nach Mock (2006) in einem fast unübersichtlichen Nebeneinander »allgemeiner, abgeleiteter und fachspezifischer Bedeutungen« (ebd.: 185). Angefangen als Synonym für »technische Infrastrukturen« (BECK 2006: 165), als »technische Instrumente oder Apparaturen« (MALETZKE 1964: 35) in Bezug auf ein Trägermedium über »Kanäle« (BECK 2006: 165) bis hin zur Bedeutung von »›Medium‹ (Herv. i. O) als Kommunikationsmittel« (MOCK 2006: 185).

Dennoch lassen sich in der Verwendung des Begriffs grundsätzlich vier Verwendungsweisen voneinander unterscheiden: die Verwendung im alltäglichen Sprachgebrauch, als Fachbegriff in verschiedenen Disziplinen, als »Ausdruck *theoretisch reflektierter Vorstellungen* [Herv. i. O.], die mit dem Begriff verbunden sind und die sich in bestimmten Modellen und Theorien einfügen« (ebd.: 186), sowie als Form von Kommunikation in Bezug auf den Einsatz und das Zusammenwirken von Kommunikationsmitteln, Akteuren und Themen. Medien stellen also auch die »Gesamtheit der Kommunikationsmittel« (SCHANZE 2002: 199) in ihrem Zusammenspiel in einem gesellschaftlichen Kontext dar, die als Mittel der Wahrnehmung, Verständigung und Verbreitung zwischen Menschen miteinander in einer prozesshaften und dynamischen Beziehung stehen und sich auf den Ebenen »Kontaktmaterie, Kode, Technik weiter ausdifferenzieren« (MOCK 2006: 189-193).

Schanze (2002) bezeichnet zunächst »Bild, Ton, Text, Zahl«, sowie »die Elemente der Multimedia-Konfiguration« als sogenannte »Basismedien« (ebd.: 200). In Anlehnung an Saxer beschreibt Beck (2006) Medien als »technisch basierte Zeichensysteme« und »arbeitsteilig verführende Organisationen«, als Massenmedien diejenigen »Medien der öffentlichen Kommunikation«, die Zeit und Raum überwinden (ebd.: 165). Dass trotz der Etablierung des Begriffes »Massenmedien« in der wissenschaftlichen Fachsprache – ursprünglich direkt aus dem Amerikanischen *mass media* übernommen – schon frühzeitig erkannt wurde, dass der Begriff ungeeignet ist, für das, was mit ihm intendiert wurde, soll an dieser Stelle nicht unerwähnt bleiben. Maletzkes (1964) Vorschlag, stattdessen von einem »dispersen Publikum« (ebd.: 33) zu sprechen, umgeht zwar die soziologische Kritik, dass der Masse-Begriff »kulturkritisch-emotional« (MALETZKE 1964: 28) belastet sei, rückt aber gleichzeitig die Rezipienten als Gruppe in den Mittelpunkt der Betrachtung. Maletzke erschien es ratsam, »den Begriff »Masse« nur für die sichtbare, konkrete oder Situationsmasse zu verwenden« (ebd.: 33); dennoch behauptete sich der Begriff als Sammelkategorie für die »traditionellen Massenmedien Zeitung, Zeitschrift, Radio und Fernsehen« (PÜRER 2003: 73).

Formal-analytisch lässt sich der Medienbegriff – bezogen auf den Kommunikationsprozess so wie der Begriff für diese Arbeit verwendet wird – nach Pross (1972: 127-128) in *primäre* (Face-to-Face-Kommunikation), *sekundäre* (Technikverwendung auf Produktionsseite), *tertiäre Medien* (Technikverwendung auf Produzenten- und Rezipientenseite erforderlich) sowie in *Quartärmedien* (BECK 2010: 81; BURKART 2002: 36) unterscheiden. Letztere werden auch digitale (Kommunikations-)Medien (vgl. PLEIL 2012)

oder ›Online-Medien‹ genannt und setzen häufig einen Computer mit einer Verbindung ins Internet voraus (vgl. BECK 2010; FAULSTICH 1994). Diese viergliedrige Differenzierung zielt ferner auf die Leistungen des einzelnen Mediums ab, sodass zwischen Medien der interpersonalen Kommunikation und den publizistischen Medien zur Herstellung von Öffentlichkeit unterschieden werden kann. Von besonderem Interesse ist es, dass die vormals starre Rollenzuweisung zwischen Kommunikatoren und Rezipienten bei den digitalen Quartärmedien aufgehoben ist oder zumindest eine gewisse Flexibilität bzw. Gradualität erfährt – gerade beim Austausch in Diskussionsforen, Mailing-Listen, Chats, virtuellen Räumen (vgl. RÖSSLER 2003: 506), Blogs, sozialen Netzwerken oder eben auch bei (Online-)Spielen. Computerspiele, die nicht miteinander verbunden oder vernetzt sind, heben diese vormals starre Rollenzuweisung in Teilen ebenso auf: Spiele werden häufig durch den Spieler modifiziert oder erweitert und können mit einem mittleren technischen Grundverständnis selbst programmiert sowie mit Inhalten versehen werden. Spieler werden so zu Produzenten ihrer Inhalte, die kommerziell-professionellen Produkten wenig nachstehen. Dank der sozialen Netzwerke und Plattformen wie bspw. Facebook können Spieler schnell zu Multiplikatoren oder gar *Publishern* werden, die vernetzt sich diese Medienprodukte aneignen (vgl. MENDE/OEHMICHEN/SCHRÖTER 2013) und diesen über ihre Online-Aktivitäten hinaus eine theoretisch unbeschränkte Öffentlichkeit geben. Sowohl Kommunikatoren als auch Rezipienten benötigen richtigerweise technische Geräte (vgl. PROSS 1972: 224). Godulla und Hohlfeld (2013) geben jedoch zu bedenken, dass die klassische Vierteilung des Medienbegriffs um den »Preis der potenziellen Entgrenzung« geschehe (ebd.: 420).

Burkart (2002) schlägt für eine Analyse eine andere Klassifikation vor, die sich an einer Differenzierung zwischen ›Medien erster Ordnung‹ (als Infrastruktur klassifizierte Vermittlungs- und Speichertechniken) und ›Medien zweiter Ordnung‹ (Werke von institutionalisierten Kommunikatoren) orientiert (ebd.: 45). Ein Medium erster Ordnung stellt zunächst eine inhaltsleere technische Plattform⁴, ein »technisches Artefakt« (RÖSSLER 2003: 505) dar. Medien »zweiter Ordnung« (BECK 2010: 80) sind diejenigen

4 Auch Praktiker und Programmierer sprechen im Übrigen von einer Plattform, allerdings ist damit mehr eine konkrete technische Geräteklasse und weniger das Spiel oder dessen Inhalt gemeint, was nicht im Widerspruch zu obiger Definition steht.

der institutionalisierten Kommunikatoren zur Herstellung und Verbreitung von Inhalten sowie zur Selektion, Strukturierung und Präsentation von Aussagen. Zu Medien zweiter Ordnung werden Medien erster Ordnung »durch die Art und Weise, in der Anbieter und Nutzer von ihnen Gebrauch machen« (RÖSSLER 2003: 505).

In dieser Sichtweise lassen sich Computerspiele entweder als »Medium zweiter Ordnung« darstellen, die die technische Plattform des Mediums erster Ordnung als Hülle, als Träger der Inhaltsinformation oder als Zugang zu verteilten Inhalten (z. B. im Netzwerk) benutzen. Allerdings impliziert Becks Sichtweise auch Aspekte der ökonomischen Verwertbarkeit und Marktorientierung, die bei der Produktion und Distribution von Computerspielen nicht immer gegeben sein müssen. Zum einen ist die schon erwähnte Möglichkeit des Rollentausches zwischen Entwicklern und Nutzern hervorzuheben. Wenn Spieler zu Produzenten werden, geschieht dies häufig institutionalisiert, wenngleich der Begriff der Institution in diesem Zusammenhang etwas weiter gefasst werden muss. Denkbar ist hier die Generierung von (Spiel-)Inhalten über eine institutionalisierte Vernetzung von Programmierern oder Spielern untereinander in sogenannten »Clans«. Die Selektion, Strukturierung und Präsentation der Spielinhalte orientiert sich dort gewöhnlich ebenfalls an den Bedürfnissen des Publikums, auch wenn diese vom kommerziellen Massengeschmack abweichen können. Abgeleitet wird dieser Prozess entweder aus der Alltagserfahrung, aus der Vernetzung untereinander, aus publizierten Trends in Online-Foren, Newsgroups oder sozialen Netzwerken sowie aus spielbezogenen Printmedien. Computerspiele können jedoch auch als Kunstprodukt ohne Publikums- oder Marktorientierung entstehen. Diese entstehen häufig aus dem Streben und Können von Einzelnen oder von Gruppen, das technisch Machbare umzusetzen um Neues in visueller, auditiver, narrativer oder spielmechanischer Hinsicht zu kreieren. Auch dies ist ein Grund, warum Computerspiele als neues Medium sich nicht immer eindeutig kategorisieren lassen, da sie sich ständig innerhalb und auf der technischen Plattform neu erfinden und Genre Grenzen überschreiten oder sprengen.

Der Begriff »neues Medium« basiert kommunikationswissenschaftlich wiederum im Wesentlichen auf der Annahme des Hinzutretens »neuer technisch basierter Medien« (BECK 2006: 165) und kam erstmals in den 1970er-Jahren auf (vgl. RUSCH/SCHANZE/SCHWERING 2007: 101). Waren die klassischen Medien einseitig von den Produzenten bzw. Kommunikatoren auf die Rezipienten gerichtet, sodass eine Rückkopplung nicht

oder nur indirekt möglich war, wird diese Einseitigkeit bei den tradierten Medien zunehmend aufgehoben (vgl. PÜRER 2003: 73), was bei den neuen Medien als selbstverständlich erscheint. Neue Medien sind in erster Linie zuerst elektronische, spätestens seit den 1990er-Jahren auch die digitalen Medien (BECK 2006: 165). Dazu zählen insbesondere neben »Rundfunk, Online-Medien und Film die elektronischen Speichermedien Schallplatte, Cassette, CD, Video, CD-ROM und DVD« (BECK 2003a: 330). Wie selbstverständlich werden Computerspiele allerdings jüngst auch in Publikationen des Faches als Unterhaltungsmedien geführt (vgl. REINECKE/TREPTE 2012).

Nach Manovich (2002) lassen sich die neuen Medien in acht Ausprägungen finden: Neben computergenerierten Kultur-Produkten als digitale Plattform für Produktion, Präsentation und Distribution, als digitale Daten, als ein Mix aus kulturellen Konventionen der Datenverarbeitung, als Entwicklungsphase eines jeden Mediums, als computerisierte Verfahren, als digitale Kodierung und deren Verwirklichung als vitalisierte Meta-Medien sowie als »Konzepte des Happenings, der Performance und der Installation« (RUSCH/SCHANZE/SCHWERING 2007: 346 - 347).

Das Internet vernetzt als neues Digitalmedium die Spielenden, es simuliert die alten Medien und tritt sowohl als Individualmedium als auch als Massenmedium in Erscheinung: Für Burkart (2002) verliert dadurch »die Dichotomie von Individual- und Massenmedien an analytischem Wert« (ebd.: 506). Beck (2003a) weist darauf hin, dass es sich beim Internet »nicht um ein Medium (handelt), sondern um eine technische Plattform, auf der sehr unterschiedliche Kommunikationsformen und Medien basieren« (ebd.: 346). Für Wilke (2009) ist es ebenfalls zutreffender, von einem »Kommunikationsraum« (ebd.: 332) statt von einem Medium zu sprechen. Downes (2005) und Rössler (2003) rekurrieren mit dem vielzitierten Synonym »Cyberspace« auf den »weltumspannenden Kommunikationsraum« (ebd.: 506), womit jedoch mehr eine autonome Qualität des Internets gemeint ist, nämlich »the psychological experience of communication with and through computers« (DOWNES 2005: 4). Diese Erfahrung sei eine unbeabsichtigte Konsequenz des Arbeitens und Kommunizierens über das Internet (ebd.: 9). Der kommunikative Dienst der Vernetzung verbinde »das technische Modell mit seinem sozialen und psychologischen Umfeld« (SCHANZE 2002: 200). Da das Internet als ein technischer Dienst des World Wide Web weltumfassend die Computer untereinander vernetzt, legt dies nahe, auch den Computer als das Medium im eigentlichen Sinn zu betrachten und nicht die Anwendung

Internet. Diese Auffassung findet sich im Wesentlichen in den Medienwissenschaften wieder (vgl. KIND 2002).⁵ Stockmann⁶ weist darauf hin, dass immer noch »eine Theorie des Mediums Computer, die umfassend seine Geschichte, Bedeutungszusammenhänge, Gebrauchsweisen, Ökonomie und Ästhetik beschreibt« (STOCKMANN 1994: 159) fehle, auch wenn der Computer längst in seinen verschiedenen Erscheinungen Einzug in den Alltag gefunden hat. Auch die meisten Computerspiele bzw. Konsolenspiele sind mittlerweile Teil des Alltages und können nicht nur allein oder lokal vernetzt, sondern häufig über das Internet gespielt werden; online-gestützte Zusatzfunktionen wie bspw. Ranglisten, Punktelisten, Zusatzlevel oder untereinander austauschbare oder handelbare virtuelle Gegenstände und Avatare ergänzen diese Funktionen.

Die Medialität des Computers als universelles Hybridmedium (DECKER 2013; HÖFLICH 1997) – dies gilt auch für Computerspiele als programmierte »immaterielle Komponente(n) der Datenverarbeitung« (STOCKMANN 1994: 157) – liegt historisch zunächst in der Digitalisierung begründet, die »die Verbindung von Telekommunikation und Datenverarbeitung mit und an der Schnittstelle des Menschen« ermöglicht (RUSCH/SCHANZE/SCHWEHRING 2007: 393). Das Funktionsprinzip der Digitalisierung besteht aus der Zuweisung »eines von zwei möglichen Werten zu einem Ausschnitt aus einem Kontinuum« (ebd.: 389). Das analoge Original wird in der digitalen Welt zunächst reduziert, mit neuen Werten wird es jedoch gleichsam als virtuelle Kopie simuliert und damit als alternatives Modell dargestellt. Dies schafft »neue Welten nach eigenen Gesetzen, die über das Prinzip der Mimesis (Darstellung und Nachahmung) mit der ›Natur‹ verbunden bleiben« (ebd.: 49). So können praktisch ständig neue elektronisch vermittelte Formen entstehen, die dem antiken Prinzip der Mimesis verbunden bleiben (vgl. ANDREE 2005). In philosophischer wie auch kommunika-

5 Das Internet als das »Netzwerk der Netzwerke« (JASPERSEN 1994: 295) entstand ursprünglich aus dem Projekt »ARPANET«, welches während des Kalten Krieges 1969 im Auftrag des US-Verteidigungsministeriums entwickelt wurde. Ähnliche Bestrebungen waren im gleichen Zeitraum auch in den Ostblock-Staaten erfolgreich (vgl. DITTMANN 2010).

6 Stockmanns Ansatz, eine Klassifizierung anhand der technischen Leistungsfähigkeit vorzunehmen, muss im Zeitalter von Smartphones und mobilen Computern an dieser Stelle als nicht mehr zeitgemäß zurückgewiesen werden. Drei Charakteristika lassen sich jedoch als übergreifende Funktionen benennen: neben Schnelligkeit und Speicherfähigkeit insbesondere die universelle Anwendbarkeit durch eine programmierbare Zweckbestimmung (vgl. STOCKMANN 1994: 157).

tionspraktischer Hinsicht verschwinden »die Grenzen zwischen digitaler Computertechnik sowie klassischer wie auch der Massen- und der Telekommunikation«, sodass »einzelne Phänomene nicht immer trennscharf erscheinen« (PÜRER 2003: 87). Als weitere Alleinstellungsmerkmale für die Unterscheidung zu den alten Medien können die Skalierbarkeit des digitalen Abbildes, die direkten und indirekten Möglichkeiten der Rückkoppelung, die erweiterten Steuerungs- und Eingriffsmöglichkeiten der Nutzer sowie die Parallelisierung von verschiedenen Kommunikationsprozessen genannt werden (vgl. ebd.: 88). Gerade für kommunikationswissenschaftliche Überlegungen kann auch der Grad der Interaktivität »als eine zentrale Beschreibungsdimension« herangezogen werden, »da er die Verortung der neuen Kommunikationsangebote gerade in Relation zu den traditionellen Massenmedien ermöglicht und das Spezifikum der rückgekoppelten Kommunikation adressiert« (RÖSSLER 2003: 506).

Unter einer funktionalen Perspektive ahmen, aufbauend auf den Prinzipien und Kennzeichen der Digitalisierung, alle neuen die ehemals alten analogen Medien nach; entweder werden die bisherigen Darstellungs- und Wahrnehmungsformen einzeln angeboten oder diese werden (neu) kombiniert, was den Begriffskern von Multimedia darstellt (RUSCH/SCHANZE/SCHWERING 2007: 346). Abgesehen von der Mehrdeutigkeit des Kunst-Begriffes steht dieser für sich genommen zunächst für Viele-Medien⁷ »oder mehrere Medien in einem (LANG 1994b: 303), der dann auch gleichzeitig mehrere Sinnesorgane anspricht, sich mehrerer Symbolsysteme bedient und deshalb einen kommunikativ-informationellen Mehrwert vermittelt« (ebd.). Eine neue Qualität wird durch die zweiseitige Integration verschiedener Medien erreicht, die über die lineare Addition hinausreicht, »Utopien von Multimedia beziehen [auch, d. A.] den Tastsinn und den Geruchssinn mit in die Darstellungs- und Wahrnehmungsformen mit ein, sprechen also den Gesamtbereich der fünf Sinne des Menschen an« (RUSCH/SCHANZE/SCHWERING 2007: 346, vgl. auch LANG 1994b: 308).

Mit dieser begrifflichen Hinführung kann nun eine Brücke geschlagen werden zu den ersten – und mittlerweile aktuellen – Versuchen, zusätzliche Informationskanäle in die medialen Darstellungen und Anwendungen zu integrieren. Zunächst sei auf frühe Versuche der stereoskopischen Darstellung in Filmen oder in Spielautomaten wie dem *Sensorama* verwiesen

7 Lateinisch: *multi* = viele; *medius* = mitten, dazwischen, mittlere (vgl. PONS 2003: 571).

(Tab. 3), die Entwicklung ist bei Computerspielen, TV-Geräten oder Mobiltelefonen mit Sicherheit nicht abgeschlossen. Gerade die neueren digitalen Spiele und Spielkonsolen, die im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen, geben vor, durch das fast vollständige Ansprechen der menschlichen Sinne, das Erleben einer virtuellen Realität zu ermöglichen. Mindestens aber geben sie vor, ein neues, authentisches oder wie auch immer gestaltetes realistischeres oder intuitiveres Spielvergnügen zu bieten (WII MAGAZIN 2009: 28). Das revolutionäre Potenzial dieser Versuche sieht Rusch letztlich nicht allein in der Technologie begründet, sondern vor allem mit Blick auf deren Inhalte (RUSCH/SCHANZE/SCHWERING 2007: 67). Wenn dem so ist, dann ist neben den auf diese neuen Technologien hin angepassten und ausgerichteten Inhalten (z. B. hinsichtlich Umfang, Aufmachung) auch eine sich verändernde Rezeption dieser Medien und ihrer Inhalte zu erwarten.

Auf einer spezielleren Ebene der Erörterung des Medienbegriffes muss nach den Funktionen und Leistungen des Computerspiels gefragt werden. Damit sind analog zur Klassifizierung von Beck (2010: 89) neben individualpsychologischen Medienwirkungen (Mikroebene) Leistungen für andere soziale Systeme wie Wirtschaft, Politik oder Kultur (Mesoebene) sowie Funktionen für das übergeordnete Sozialsystem Gesellschaft insgesamt gemeint (Makroebene). Folgende Funktionen können genannt werden: Informationsfunktion (darunter Selektionsfunktion und Konstruktion der Medienrealität), Bildungsfunktion (darunter Tradition von Wissen), Soziale Funktion (darunter Sozialisationsfunktion, politische Sozialisation, Integrationsfunktion, soziale Orientierung), Rekreativfunktion, Politische Funktion (darunter Öffentlichkeitsfunktion, Kritik und Kontrolle), Artikulationsfunktion und Ökonomische Funktion (ebd.: 89-97). Diese Differenzierung kann als Schablone (vgl. Tab. 1) verwendet werden, anhand derer beispielhaft zu sehen ist, dass Computerspiele prinzipiell ähnliche Funktionen bereitstellen können wie tradierte Medien.⁸ In dieser Gegenüberstellung wird sichtbar, dass nicht jedes konkrete Spiel alle genannten Funktionen erfüllen kann bzw. erfüllen muss. »Computerspiele« – als ein das Einzelspiel integrierender Sammelbegriff – nehmen

8 Festzuhalten ist aber auch, dass bei Spielen nicht alle Funktionen in gleicher Intensität zur Verfügung gestellt werden. Diese sind einerseits abhängig von weiteren kontextsensitiven Faktoren: Als maßgeblich können hierfür das Genre, die Kompetenzen der Zielgruppe (z. B. technische oder spielerische Kompetenzen) oder aber die Intentionen der Autoren und Programmierer genannt werden, die hier nicht detailliert ausgeführt werden.