



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Gamers connected: Online-Computer- und Konsolen-Spiele und ihre Kommunikations- und Beziehungsstrukturen“

Verfasser

Hanns Peter Glock

angestrebter akademischer Grad
Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Juni 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt:	A 301 317
Studienrichtung lt. Studienblatt:	Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Betreuerin:	Universitäts-Dozentin PD Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker

Danksagung

Da mein erster Kontakt mit einem Videospiel im Jahr 1991 mit einem Nintendo Entertainment System stattfand, das ich als Gemeinschafts-Geburtstagsgeschenk von all meinen Liebsten bekommen habe, ist diese Arbeit verständlicherweise zu allererst meiner gesamten Familie gewidmet, die sich vor fast zwei Jahrzehnten endlich einen Ruck gegeben hat, und den damals von noch vielen Leuten verteufelten „Zeitfresser“ in mein Leben brachte.

Wesentliche Faktoren für die Wahl meiner Diplomarbeit und generell für das farbenfrohe und spannende Leben, das ich derzeit genieße, waren und sind aber auch die Videospiel-Zeitschriften N-Zone und consol.AT, die mich nicht nur in meiner Karriere als Spieler begleiteten, sondern mir auch eine ebensolche auf der anderen Seite – also als Videospiel-Journalist – ermöglicht haben. Ohne die Hefte und die Leute, die dahinterstehen, hätte ich niemals die Gelegenheit gehabt einen Blick hinter die Kulissen der modernen Game-Industrie zu werfen und dabei Entwickler-Größen wie den britischen Vater der God-Simulation Peter Molyneux oder Yuji Naka, den Schöpfer von Sonic the Hedgehog, persönlich zu treffen und mich von ihnen auch bezüglich dieser Arbeit inspirieren zu lassen. Natürlich sollen auch sämtliche in der Arbeit vorkommende Autoren und die Personen des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft – insbesondere meine Betreuerin Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker – nicht ungedankt verbleiben. Schließlich haben diese mir nicht bloß gezeigt, wie man wissenschaftlich arbeitet, sondern mir auch das journalistische Rüstzeug für meinen derzeitigen Beruf als Redakteur bei den deutschsprachigen Videospieldmagazinen consol.AT und consolPLUS gegeben.

Aber all die Mühe der eben genannten Personen wäre vergebens gewesen, wenn die digitalen Helden und Heldinnen Mario, Yoshi, Samus Aran, der Master Chief, Lara Croft – oder Pikmin-Dompteur Olimar und ihre vielen Kollegen und Kolleginnen sowie Hunderte Pokémon nicht dafür gesorgt hätten, dass meine Liebe zu den virtuellen Welten immer wieder aufs Neue entfacht wurde (auch wenn sie dies teilweise so erfolgreich betrieben haben, dass die vorliegende Arbeit vermutlich schon vor eineinhalb Jahren eingereicht werden hätte können). Danke, wir sehen uns im Pilzland!

Abstract

Onlinefähige Computerspiele sind seit über einem Jahrzehnt im Fokus vieler WissenschaftlerInnen; mittlerweile haben sich jedoch auch die Spielkonsolen als Online-Plattformen etabliert. Alle aktuellen Konsolen verfügen über die Möglichkeit, Spiele via Internet gemeinsam mit bekannten oder unbekanntem Spielenden zu erleben, wobei die Konsolen-Hersteller Microsoft, Nintendo und Sony dafür unterschiedliche Online-Konzepte offerieren. Die vorliegende Arbeit gibt zuerst einen theoretischen Abriss über computervermittelte Kommunikation (Computer Mediated Communication – kurz CMC) und ihre Auswirkungen auf das Spielerlebnis sowie die Bindung zwischen den Spielenden und die daraus resultierenden Netzwerke, welcher anschließend in Kontext zu den Spielsystemen PC, Xbox 360, PlayStation 3 und Wii gesetzt wird. Auf dieser theoretischen Basis werden zwei Hypothesen anhand einer Online-Befragung (n=259) überprüft, wonach unterschiedliche Spielsysteme unterschiedliche Beziehungs- und Kommunikationsstrukturen entstehen lassen, welche wiederum Einfluss auf die Spieldauer haben. Diese Hypothesen haben sich für die untersuchte Stichprobe bestätigt, für eine Generalisierung sind aber weitere Forschungen unumgänglich.

Computer games with online capabilities have been the topic of the work of many scientists for over a decade; by now, however, also gaming consoles have been established as renowned online platforms. All current systems feature possibilities to play games with other known or unknown players using an internet connection, though the three gaming console manufacturers, Microsoft, Nintendo and Sony, offer different online concepts. The following paper will first give a theoretical approach to Computer Mediated Communication (CMC) and its influence on the gaming experience as well as the relation between the players and the hence evolving networks and then further bring this theory into practical context on the example of the gaming systems Xbox 360, PlayStation 3 and Wii. Based on this theory also two hypotheses have been verified by the means of an online survey (n=259) according to which different gaming systems create different relation and communication structures which, on the other hand, have influence on the gaming duration. These hypotheses have been proven correct for the observed sample, however, for general prove further studies would be indispensable.

Inhalt

1. Einleitung	9
2. Was sind virtuelle Welten? Unterteilung der digitalen Online-Multiplayer-Spiele	13
3. Gründe für den Besuch in der Cyberwelt	19
4. Im Sog der virtuellen Welten: Von Presence, Immersion und Flow	23
5. Theorien zur Computer-vermittelten Kommunikation (CMC).....	27
5.1. Theorie der Sozialen Präsenz	30
5.2. Von Social Presence zu Awareness und Connectedness	33
5.3. Theorie der Medialen Reichhaltigkeit und Medien-Synchronizitäts-Theorie.....	35
5.4. Theorie der Elektronischen Nähe.....	37
5.5. Social Cues Filtered Out Ansatz, Social Information Processing Modell und das Restriktionsmodell	39
6. Information und Emotion in CMC.....	41
7. Vom gemeinsamen Spiel zur virtuellen Gruppe	45
8. Theorie zu sozialen Strukturen in digitalen Spielen	51
8.1. Gruppen & Communities	52
8.2. Soziale Netzwerke.....	56
8.3. Beziehungen in Sozialen Netzwerken.....	59
8.4. Netzwerke im WWW, in Games und auf Konsolen	61
9. Zusammenfassung Theorie	63
10. Die Online-Konzepte bei PC-Spielen	65
10.1. World of Warcraft.....	68
10.2. Kommunikation in World of Warcraft.....	71
10.3. Counterstrike	72
10.4. Kommunikation bei Counter Strike	74
11. Die Online-Konzepte der Konsolen.....	75
11.1. Microsoft Xbox 360	77
11.2. Die Online-Features der Xbox 360	78
11.3. Exkurs: Filme und Videos für die Xbox 360	82
11.4. Sony Playstation 3.....	84
11.5. Die Online-Features der PlayStation 3.....	85

11.6	Exkurs: PlayStation 3 Home.....	86
11.7	Nintendo Wii	87
11.8	Die Online-Features der Wii.....	88
12.	Aktueller Technik-Stand und Tendenzen und daraus folgende Entwicklung von Hypothesen	91
13.	Empirischer Teil	95
13.1	Ergebnisse.....	97
13.2	Prüfung der Hypothesen	111
13.3	Diskussion	116
14.	Literatur	121
15.	Anhang.....	133
15.1	Bilder der Spielkonsolen	134
15.2	Fragenkatalog der Online-Befragung	137
15.3	Lebenslauf: Hanns Peter Glock	149

Abbildungen

Abbildung 1:	Einteilung der Gruppen nach Thiedeke	54
Abbildung 2:	Gruppen & Netzwerke nach Döring	59
Abbildung 3:	Altersverteilung der Befragten	97
Abbildung 4:	Alter der Befragten in Gruppen	98
Abbildung 5:	Gegenüberstellung: Besitz und Online-Nutzung der Systeme	100
Abbildung 6:	Kontakte in Freundeslisten der Systeme	101
Abbildung 7:	Familie & Reallife-Freunde in Freundeslisten	102
Abbildung 8:	Treffpunkt Online-Freunde	103
Abbildung 9:	„Echte“ Online-Freunde in den Freundeslisten der Systeme	104
Abbildung 10:	Online-Spiel-Präferenzen	105
Abbildung 11:	PC: Beliebtestes Kommunikationsmittel (intern)	106
Abbildung 12:	PC: Beliebtestes Kommunikationsmittel (extern)	106
Abbildung 13:	Konsolen: Beliebtestes Kommunikationsmittel	107
Abbildung 14:	PC: Bevorzugtes Online-Genre	108
Abbildung 15:	PS3: Bevorzugtes Online-Genre	108
Abbildung 16:	Wii: Bevorzugtes Online-Genre	109
Abbildung 17:	XB360: Bevorzugtes Online-Genre	109
Abbildung 18:	Korrelation Online-Spielzeit/Beziehungstypen	112
Abbildung 19:	Korrelation Online-Spielzeit/Beziehungstypen nach Systemen	113
Abbildung 20:	Korrelation Online-Spielzeit/ Strong Ties	113
Abbildung 21:	Korrelation Online-Spielzeit/ Weak Ties	114
Abbildung 22:	Korrelation Online-Spielzeit/ Strong u. Weak Ties nach Systemen	114
Abbildung 23:	Microsoft Xbox 360 und Controller	134
Abbildung 24:	Xbox360-Controller mit aufgesteckter Tastatur	134
Abbildung 25:	Sony PlayStation 3 und Controller	135
Abbildung 26:	PlayStation 3-Controller mit aufgesteckter Tastatur	135
Abbildung 27:	Nintendo Wii und Controller	136
Abbildung 28:	Wii mit angeschlossenem Nunchuk	136

1. Einleitung

PC- und Konsolenspiele dominieren den Unterhaltungselektronik-Markt zurzeit so stark, wie noch nie zuvor. Heute buhlen Unternehmen wie Nintendo, Sony und Microsoft mit groß angelegten Marketing-Programmen um die KonsumentInnen. Videospiele sind gesellschaftstauglich – teilweise sogar zu Statusobjekten geworden. Und längst ist auch das Online-Gaming keine Randerscheinung mehr. Wie eine Erhebung des IT-Branchenverbandes Bitkom ergab, nutzten im Jahr 2007 etwa 1,23¹ Milliarden Menschen das Internet (Zuwachs 2008 8 Prozent), laut Statistik Austria hatten im Jahr 2007 fast 60 und 2008 fast 70 Prozent der österreichischen Haushalte einen Zugang zum Internet². Und wenn man diese Daten mit den Ergebnissen der Media Analyse Österreich für den Zeitraum 2007/2008 vergleicht, wirft das ein interessantes Licht auf die Nutzung der Online-Anbindung. Von den Befragten nutzten 16 Prozent das Internet in einem Zeitraum von vier Wochen zum Spielen, das sind fast so viele Personen, wie im gleichen Zeitraum an Chats, Foren oder Newsgroups teilnahmen (17,5 Prozent). Und unter jene SpielerInnen fallen nicht nur Personen, die im Internet auf Webseiten an kleinen Geschicklichkeitsspielen, wie etwa dem Puzzleklassiker *Tetris* oder Ähnlichem teilnehmen, sondern auch Personen, die das Internet gezielt dazu nutzen, um mit ihren – auf dem Rechner installierten, oder in ihren Spielkonsolen eingelegten digitalen Spiele – gemeinsam oder gegen andere User zu spielen.

Vor ein paar Jahrzehnten lediglich PC-RollenspielerInnen – und das auch nur technophilen – vorbehalten, ist das Multiplayer-Spiel über Netzwerke, die nicht bloß als Heimnetzwerke oder in Universitäten bestehen, sondern wie das Internet globale Ausmaße annehmen – spätestens seit den 1990er Jahren auch für eine breitere User-Schicht von Interesse – und das nicht nur für klassische VielspielerInnen, die dem Klischee entsprechend ganze Nächte mit populären Titeln, wie *World of Warcraft* oder *Counterstrike*, verbringen, sondern auch für Gelegenheitsgamer. Computer- und Konsolenspiele eröffnen heute als eine Art neues

¹ Laut Webseite der Süddeutschen Zeitung: <http://www.sueddeutsche.de/computer/54/323920/text/> (Stand: 30. Jänner 2009)

² Laut entsprechenden Daten der Statistik Austria: <http://www.statistik-austria.at> (Stand: 30. Jänner 2009)

Medium viele Möglichkeiten für Spieler und Spielerinnen und lassen neue Formen der elektronischen Gruppen und Netzwerke entstehen. Schon längst gilt das Bild der einsamen Videospielenden als überholt, stattdessen gilt die Aufmerksamkeit der Forschung nun der Entwicklung der aus dem Online-Gaming resultierenden Beziehungsstrukturen. Was früher hauptsächlich für PC-NutzerInnen interessant war, ist nun auch bei den Spielkonsolen immer ausgeprägter. Dank einfacher Handhabe und Benutzerfreundlichkeit lassen sich Spielkonsolen nicht nur einfacher als Plattform zur digitalen Unterhaltung nutzen, auch die Möglichkeit über das Internet mit anderen Personen zu interagieren und zu kommunizieren lässt sich auf Xbox 360, PS3 oder Wii auch von Computer-Laien relativ schnell und unkompliziert – und mit Ausnahme der Xbox 360 – auch völlig ohne Zusatzkosten oder Zusatzhardware nutzen.

Mehr noch: Online-Fähigkeit ist mittlerweile schon ein zusätzliches Qualitätsmerkmal von PC- und Konsolenspielen. Während einige Games diese nur als Zusatzmöglichkeit bieten, sind andere völlig darauf ausgerichtet, online oder im LAN-Modus, d.h. über ein lokales Netzwerk, gespielt zu werden. Doch die Bandbreite an Möglichkeiten ist groß: Einige PC-Spiele, wie *World of Warcraft*, sind beispielsweise ohne Webanbindung gar nicht spielbar, während der Online-Modus bei Spielen wie dem Horror-Survival-Titel *Resident Evil 5* für Xbox 360 und Playstation 3 den ohne Einschränkungen genießbaren Singleplayermodus noch um eine kooperative Komponente erweitert, indem ein zweiter Mensch über das Internet die Kontrolle über die sonst vom Computer gesteuerte Begleiterin des Protagonisten übernimmt.

Ebenso unterschiedlich gestaltet sich deshalb auch das wichtige Element der Kommunikation zwischen den SpielerInnen: War es vor einigen Jahren nur auf an das Internet angebundenen Computern – und dort nur via Textnachrichten – möglich, mit Mitspielern und Mitspielerinnen in Kontakt zu treten, treten diese Kommunikationswege mittlerweile auch sehr stark bei Konsolenspielen in den Vordergrund, aber ebenso jene neueren Kommunikationsformen, bei denen Gamer auch über Sprach- und sogar Video-Chat miteinander kommunizieren können.

Ungeachtet der heutzutage eigentlich recht identen technischen Kommunikationsmöglichkeiten, die Computer- und Konsolen für Online-Kommunikation bereithalten könnten, gehen die Spielkonsolen dabei aufgrund der anderen Hardwarestruktur teilweise andere Wege als Computer, nähern sich jedoch immer mehr den klassischen Online-Multiplayer-, Kommunikations- und Community-Formen an, die auch auf dem Computer zu finden sind. So sorgen besondere Dienste der Konsolenhersteller, die im Gegensatz zur PC-Spielszene Game-übergreifend sind, für andersartige Bindungen zwischen den SpielerInnen, die es wert sind, genauer beleuchtet zu werden. Das Themengebiet der virtuellen Gruppen und Sozialen Netzwerke ist also längst nicht mehr auf Chats-, Foren, Newsgroups oder Online-Rollenspiele beschränkt, sondern wird nun – nachdem es seit rund zwei Jahrzehnten auch bereits für PC-Online-Spiele als von großer Bedeutung angesehen wird – auch auf den TV-gebundenen Spielkonsolen, wie Xbox 360, PlayStation 3 sowie Wii, und sogar ihren portablen Ablegern wie Nintendo DS und PlayStation Portable von immer größerer Relevanz – auch wenn beide letztgenannten Handhelds nicht direkt in dieser Arbeit behandelt werden sollen.

Auf der anderen Seite forcieren die Spielkonsolen aber auch die Einwegkommunikation und fallen langsam aber sicher immer mehr in den Bereich der Massenmedien, indem sie neuen Zugang zu Informationsinhalten (z.B. dem Download von HD-Filmen und Serien) schaffen, den Computerspieler und Computerspielerinnen weder in Spielen, noch in so kompakter Form über andere Funktionen ihrer Hardware erhalten können.

Diese Entwicklungen und die daraus resultierenden neuen Kommunikationsgewohnheiten und Beziehungsbildungen zwischen den Spielenden zeigen, dass sich hier ein umfangreiches Problemfeld offenbart, das eine nähere Betrachtung erfordert. Dafür ist es jedoch unumgänglich, zuerst einen Blick für die Materie zu bekommen, die virtuellen Gefilde und ihre Auswüchse sowie die Motivationsgründe der User zu verstehen. Deshalb befassen sich die ersten Kapitel dieser Arbeit mit den digitalen Spielen und ihren NutzernInnen. Weiters werden brauchbare Theorien zur Computer-vermittelten Kommunikation (kurz: CMC) erläutert und ihre Eignung zur Bildung von Sozialer Präsenz beleuchtet, die wiederum zum Entstehen von virtuellen Gemeinschaften führen kann, denen ebenfalls ein Bereich dieser Arbeit gewidmet ist.

Jenem theoretischen Bereich folgt eine kurze Bestandsaufnahme der für die Arbeit relevanten PC-Spielgenres und der technischen Gegebenheiten der drei behandelten Spielkonsolen (Microsoft Xbox 360, Sony PlayStation 3 und Nintendo Wii). Das soll dabei helfen, die – aufgrund des aktuellen Sachverhalts – gebildeten Hypothesen und ihre Prüfung im abschließenden empirischen Teil, durch die Auswertung einer durchgeführten quantitativen Befragung für die Lesenden leichter verständlich zu machen.

2. Was sind virtuelle Welten? Unterteilung der digitalen Online-Multiplayer-Spiele

Neben der auch offline gebräuchlichen Klassifizierung von Single- (also Einzspieler-Games) und Multiplayer-Spielen (also Mehrspieler-Games) und den verschiedenen Spiel-Genres (z.B. Rollenspiele, Actionspiele, Taktikspiele, Shooter etc.) sind es vor allem jene Spiele, die einen Mehrspieler-Aspekt über Netzwerk oder Internet bieten, bei denen es einer genauen Betrachtung ihrer Mehrspieler-Eigenschaften und der damit einhergehenden Kommunikations- und Interaktionsformen bedarf. Dabei muss jedoch wiederum unterschieden werden, ob es sich hier lediglich um weniger komplexe Spiele handelt, die vom Spielablauf eher einem Brettspiel wie *Mensch ärgere dich nicht* oder Kartenspielen wie *UNO* gleichen, und gemeinsam oder gegeneinander gespielt werden können, oder ob die Games die Spielenden in eine eigens zur Interaktion mit anderen Spielenden gemachte virtuelle Welt entführen.

So sind Spieltitel wie *Counterstrike*, *EverQuest* oder *World of Warcraft* in aller Munde (bei WissenschaftlerInnen sowohl als auch Massenmedien oder in der Öffentlichkeit, wenn es etwa um Videospielsucht oder Gewalt in Spielen geht). Doch jene Cyber-Welten sind mehr als nur digitale Spiele, sie haben vielmehr den Charakter eines Services und – wie die folgenden Kapitel zeigen werden – steckt in ihnen in den Augen vieler Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen sogar das Potenzial für Soziale Netzwerke, die laut vielen Fachleuten, wie Castronova (2007), Ducheneaut et al. (2006) oder Thiedeke (2003) vor allem in MMORPGs³ einer Unterordnung der MMOs⁴ zu finden sind.

³ MMORPG steht für Massively Multiplayer Online Role-Playing Game und entspricht in den Grundzügen normalen Rollenspielen, bei denen man mit einer Figur Aufgaben in der Spielwelt löst und dabei Erfahrungspunkte sammelt, mit denen die Eigenschaften (Stärke, Ausdauer, etc.) der Spielfigur aufgebessert werden. Das besondere an MMORPGs, die sich Anfang der 90er aus dem MUD-Genre (hauptsächlich textbasierte Multi-User-Dungeons – mehr Informationen bietet Bartle (1990)) entwickelten, ist, dass sich dabei viele Tausende SpielerInnen auf einmal in der virtuellen Welt befinden und interagieren können. Aktuelle Beispiele für das Genre sind *World of Warcraft* oder *Warhammer Online*.

⁴ MMO oder auch MMOG steht für Massively Multiplayer Online Game und bezeichnet alle jene Spiele, die von einer besonders großen Benutzeranzahl zur gleichen Zeit über das Internet gespielt werden können. In das Genre fallen MMORPGs, aber auch MMOFPS (Massively Multiplayer First Person Shooter) bis hin zu MMOVSGs – virtuelle Sex-Abenteuer für Massen an SpielerInnen.

Während viele Games darauf ausgelegt sind, die SpielerInnen nur für einen kurzen Zeitraum durch Geschicklichkeitspassagen oder eine spannende zu erlebende Geschichte zu unterhalten, wird die MMORPG-Welt von ihren Entwicklern (Spielstudios wie etwa das amerikanische Activision-Blizzard) für einige Jahre (3-5) geplant und danach permanent mit Updates und Erweiterungen versehen, um möglichst viele SpielerInnen möglichst lange bei Laune zu halten (Castronova. 2005, 133). So ist für ihn ein geflopptes MMORPG jenes, das nur wenige AbonentInnen besitzt. Bei so vielen virtuellen Plätzen möchte man fast glauben, dass man unmöglich eine logische Zusammenfassung ihrer Dimensionen geben könne, und es gibt wirklich nur äußerst wenige fundierte theoretische Auseinandersetzungen mit der Struktur der Welten im Cyberspace.

Eine grundlegende Klassifizierung der Multi-User Virtual Worlds geben jedoch beispielsweise Manninen und Pirkola (2001), die einmal in die technische Komponenten Text-, 2D- und 3D-Welten unterteilen, sowie den Sinn der Virtuellen Welten in kreative/konstruktive, Schulung/Training, Spiel, Sozial/Chat sowie Arbeit/Forschung einteilen. Für einen genauen Blick auf die meist dreidimensionalen Cyberwelten mit spielerischem Hintergrund, sei aber wieder auf Castronova (2005) verwiesen, welcher die virtuellen Welten – er bezeichnet sie als Synthetische Welten – nach:

- (1) BenutzerInnen-Anzahl,
- (2) Sinn ihrer Existenz (der sich in Rollenspiel-Welten, Shooter-Welten und Welten der friedfertigen sozialen Interaktion begründet) und
- (3) dem Vorhandensein einer KI⁵ in Form von NPCs⁶ oder Monstern

unterteilt (Castronova 2005, 103). Obwohl viele digitale Spiele größtenteils auf fantastischen Welten und Kreaturen aufgebaut sind, lassen sich die Parallelen zur alltäglichen Lebenswelt nicht abstreiten. Lebewesen und Umgebungen wurden schon seit jeher von Programmierern nachgebaut, doch auch die Strukturen der modernen Gesellschaft spiegeln sich in vielen Punkten in den virtuellen Welten wider.

⁵ Unter KI (künstliche Intelligenz) oder auch AI (Artificial Intelligence) versteht man die Art und Weise, in der Objekte der Spielwelt – insbesondere vom Computer gesteuerte Gegner oder Mitstreiter – intelligent handeln können.

⁶ NPC steht für Non-Player Charakter und bezeichnet Figuren in der virtuellen Spielwelt, die weder von den Spielenden selbst noch von anderen Personen gesteuert werden können, sondern autonom durch eine KI gesteuert werden.

Wie Edward Castronova (2005) in seiner Auseinandersetzung mit den Synthetischen Welten aufzeigt, nehmen diese unterschiedlich großen Raum ein. Man verfügt über einen synthetischen Körper in einer synthetischen Welt. Sobald diese online geht, entfalten sich in ihr normale menschliche Probleme und Aufgaben und sie wird den normalen sozialen Umfeldern von Menschen immer ähnlicher. Als kleinstes Beispiel einer synthetischen Welt benennt Castronova einfache Online-First-Person-Shooter-Spiele⁷.

Hier kreieren die Developer kleine Umgebungen (und lassen durch einen offenen Programmcode infolge auch Spielende selbst neue designen) mit simplen physikalischen Strukturen und wenigen Möglichkeiten zur Interaktion mit der Spielwelt, sowie wenig – oder keiner KI. Diese Synthetische Welt wird infolge von einer kleinen Population von Shooter-SpielerInnen bevölkert, die kein anderes Ziel haben, als gegenseitig ihre virtuellen Avatare⁸ zu vernichten. Freundschaften zwischen diesen Spielern und Spielerinnen könnten entstehen, falls Spielende manche Karten zum wiederholten Male gemeinsam spielen würden, jedoch kann der Spieler bzw. die Spielerin nichts zurücklassen oder Einfluss auf die Spielwelt nehmen, was die Welt mit ihm in Verbindung bringt. Castronova beschreibt dies so⁹:

„Stell dir vor, du bist ein Entdecker-Typ¹⁰; du magst es, neues Terrain zu erkunden. Wenn du eine FPS-Welt betrittst, wird es dir möglich sein, die verfügbare Karte in wenigen Augenblicken zu erkunden, weil sie nicht sehr groß ist. Es wird zwar einige Zeit dauern, sie zu erkunden – erinnere dich, dass dein Avatar unter ständigem Beschuss steht, da dies den

⁷ Abgesehen vom unterschiedlichen Spiel-Genre lassen sich die Online-First-Person-Shooter gut mit sämtlichen anderen Games mit Online-Multiplayer-Feature vergleichen, die nur auf kurze spielerische Interaktion mit anderen Spielenden ausgelegt sind. In diese Sparte fallen viele Action-Games oder Autorennspiele (z.B. *Pure*) aber auch Strategie- oder Party-Spiele – auch wenn manche davon zusätzlich auch über einen komplexeren Multiplayer-Aspekt verfügen, der nicht nur das spielerische Messen der User im VS-Modus sondern gemeinsames Vorgehen im Kooperationsmodus verlangt (z.B. *Left4Dead*). Trotzdem haben die Spieler und Spielerinnen aufgrund des meist vorherrschenden Missions- oder Kampagnen-Charakters dieser Spielarten keinen bleibenden Einfluss auf die von ihnen besuchte Welt, wie es in den anderen von Castronova aufgezeigten Spielen bzw. Synthetischen Welten möglich ist. Kommunikation findet vermehrt in externen Kommunikationskanälen und nicht über das Spiel direkt statt.

⁸ Unter Avatar versteht man Spielfiguren, Bilder oder sämtliche andere visuelle Darstellungen, die den Spieler und die Spielerin in der digitalen Welt verkörpern, über das sie auch von anderen Personen, die dasselbe Medium nutzen, wahrgenommen werden.

⁹ Zur leichteren Verständlichkeit hat sich der Autor dieser Diplomarbeit die Freiheit herausgenommen, die im englischen Original vorliegenden nachfolgenden Zitate nach bestem Wissen und Gewissen ins Deutsche zu übersetzen.

¹⁰ Castronova spielt hier auf die vier von Richard Bartle (1996) herausgearbeiteten Spielertypen: den Explorer/Entdecker, den Killer, den Socializer und den Achiever/ Erfolgsjäger an, welche im späteren Verlauf der Arbeit noch Erwähnung finden.

Zweck dieser Welt darstellt. Mach ein paar Schritte, stirb, komm wieder zurück, mach ein paar Schritte, stirb, [...] Mehr gibt es für Entdecker in einem FPS nicht zu tun.“ (Castronova 2005, 104)

Dies steht in einem interessanten Kontrast, zu den Beziehungsstrukturen, die sich etwa rund um Online-Shooter wie *Counterstrike* aufbauen, doch treffen Castronovas` Beobachtungen dort im Grunde auch zu. Wie im Kapitel zu *Counterstrike* zu sehen sein wird, erfolgt die Bildung von sozialen Strukturen nämlich – zumindest beim mehrheitlich gespielten ersten Teil des Spiels, vorwiegend durch spielexterne Kanäle wie Chats, Foren oder Sprachtools. Die Spielwelt selbst offenbart den Usern kaum andere Möglichkeiten zur Interaktion – abgesehen davon, sich gegenseitig eine virtuelle Kugel in den Kopf zu jagen. Als logische Konsequenz der unterschiedlichen Motivationsgründe der SpielerInnen machen die Spielentwickler ein Schritt in Richtung Komplexität, indem sie die soziale Komponente im Game verstärken. Außerdem entwickeln sie ein – auf Avataren basierendes – System zur Kommunikation mittels Text- oder Sprachnachrichten. Dann können die Spieler und Spielerinnen die virtuelle Welt nach eigenem Belieben durchstreifen, es steht ihnen – im begrenzten Rahmen – frei zu tun, worauf immer sie Lust haben.

„Primär, in welcher Form auch immer, existiert diese Welt als ein Platz für Leute, um Leute kennenzulernen und mit ihnen zu reden. Ich habe davon gehört, dass solche sozialen Welten als „Chat-Räume auf Drogen“ beschrieben wurden, und diese Beschreibung ist nicht so weit gefehlt.“ (Castronova 2005, 104)

Als Beispiel dafür nennt er etwa das offene MMO, oft auch als Soziale Infrastruktur beschriebene, *Second Life*¹¹, das dem Spieler bzw. der Spielerin sehr viele Möglichkeiten zur Entfaltung der eigenen Kreativität gibt. Trotzdem fehlt solchen sozialen Welten laut Castronova ein entscheidender Faktor, der ihnen zu jener Komplexität verhilft, die MMORPGs bieten. Er beschreibt dieses Manko so:

¹¹ *Second Life* wurde im Jahr 2003 veröffentlicht und stellt als Soziale Infrastruktur eine Sonderform des MMO-Genres dar, bei dem es nicht wirklich darum geht, an einem Spiel teilzunehmen. Vielmehr, wird eine zweite digitale Abbildung der Welt geschaffen, in der vom Einkaufen bis hin zu Freizeitaktivitäten alles möglich ist, was Personen auch in der Real-Welt machen können; *Second Life* hat laut einer Statistik der offiziellen Website des Games (<http://secondlife.com>) vom Dezember 2008 15 Millionen Benutzerkonten.

„Wenn du eine soziale Welt betrittst, gibt es gewöhnlich viel Land zu erforschen. Vielleicht startest du in einem kleinen Dorf, wo fünf Personen herumstehen. Zuerst unterhältst du dich, dann beginnst du mit dem Erforschen; du erklimmst den nächsten Berg. Kein Monster behindert deinen Weg, aber du stößt auch auf keine anderen Menschen, weil alle unten im Dorf plaudern. [...] Da sich die soziale Welt hauptsächlich um andere Leute dreht, haben die Entwickler keine NPCs oder Horden oder irgendetwas anderes eingebaut, das dich in der Wildnis unterhält. Alles ist leer. Um unterhalten zu werden, musst du dorthin gehen, wo Menschen sind.“ (Castronova 2005, 105)

Soziale Infrastrukturen bieten also zwar Kommunikation in Hülle und Fülle, doch hat diese kaum etwas mit der eigentlichen Spielwelt zu tun. Diese ist scheinbar nur Spielort, der genau genommen durch jeden anderen virtuellen Platz – aber theoretisch auch durch weniger anspruchsvolle digitalen Kommunikationsformen wie etwa Chaträume – ersetzt werden könnte. Anders sieht es hingegen in MMORPGs aus; für Castronova (2005, 2007) aber auch Thiedeke (2003) gelten die Massively Multiplayer Online Role-Playing Games als jene Spiele, in denen der höchste Grad an strukturierter sozialer Komplexität auftritt. Die Spielenden durchforsten die Welt nicht sinnlos, und ihre Kommunikation ist vermehrt (aber nicht nur) auf Vorgänge innerhalb der virtuellen Welt ausgerichtet. Gemeinsam gilt es Ziele zu bewältigen, oder sich gegenseitig über wichtige Ereignisse oder Fundorte von speziellen Gegenständen zu informieren, wodurch es zwangsläufig zum Kontakt und im Weiteren auch zur Beziehungsbildung zwischen Spielenden kommen kann, wie im 7. Kapitel „Vom gemeinsamen Spiel zur virtuellen Gruppe“ anhand der Erkenntnisse von Sherry und Lucas (2003) oder Taylor (2006) zu sehen sein wird.

Aber was macht dabei eigentlich genau den Reiz aus? Warum haben Spiele wie *World of Warcraft* mittlerweile über elfeinhalb Millionen AbonnentInnen¹², wieso tummeln sich über 15 Millionen¹³ User weltweit auf Xbox LIVE und im PlayStation Network? Welche Motivationen haben diese Menschen und wie kann man sich solche Spieler und Spielerinnen vorstellen? Genau jenen Fragen widmet sich das nächste Kapitel.

¹² Laut Website von Blizzard: <http://eu.blizzard.com/de/press/081223.html> (Stand: 23. Dezember 2008)

¹³ Laut AreaGames.de: <http://www.areagames.de/artikel/detail/Sony-PSN-Userzahlen-ziehen-mit-XBL-gleich/96997> (Stand: 1. Jänner 2009)

3. Gründe für den Besuch in der Cyberwelt

Die Effekte bzw. den Einfluss von Gewalt in digitalen Spiele auf ihre Nutzer (Eastin und Griffiths 2006), (Anderson und Dill 2000) oder ihr Use and Gratifications (z.B. Sherry und Lucas 2003) sind schon in vielen Untersuchungen Thema gewesen¹⁴. Einen sehr ambitionierten Versuch den Nutzen, aber auch die Motivation der User von MMOs zu beleuchten, stellt etwa jener von Nick Yee, Wissenschaftler am Palo Alto Research Center, dar. Seit Jahren erforscht er in vielen Studien das Gameverhalten, versucht die Motivationen der Gamer genau zu beschreiben und Tendenzen aufzuzeigen, indem er qualitative und quantitative Erhebungen in der Gamer-Szene durchführt. Dabei hat er etwa festgestellt, dass der Durchschnitts-Gamer etwa 26 Jahre alt ist und etwa 22 Stunden die Woche in virtuellen Welten verbringt (Yee 2006). Einen möglichen Grund, warum die typischen Spielenden – nicht wie anzunehmen gewesen wäre - TeenagerInnen sind, nennt Castronova:

„The people who played games as kids in the 1980s and early 1990s became game-playing adults after the turn of the century. And apparently many of them – 20 millions or so – began to play massively multiplayer online games.” (Castronova 2005, 57)

Doch was hält junge Erwachsene noch immer im Spiel? Yee hat zu diesem Zweck immer wieder Befragungen unter Online-Gamern durchgeführt und den Forschungsansatz von Richard A. Bartle (1996) weiterentwickelt. Dieser teilt die SpielerInnen in vier Gruppen ein: Achievers, Explorers, Socialisers und Killers, die jeweils ihre eigenen Beweggründe für das Online-Spiel hätten.

- Achievers wollen spielerischen Fortschritt genießen,
- Socialisers spielen ob der gesellschaftlichen Komponente,
- Explorers haben Interesse daran die Geheimnisse der Spielwelt und die Vorgänge des Spiels zu ergründen und
- Killers finden Spaß daran, andere SpielerInnen auszuschalten oder ihnen das Cyber-Leben schwer zu machen.

¹⁴ Einen persönlichen und lesenswerten Ansatz zur Ergründung der Motive der NutzerInnen digitaler Spiele gibt etwa Butler (2007)

Diese Typen sind relativ strikt voneinander getrennt, interagieren jedoch in gewissem Maß. Im Gegensatz zu Bartle, der seine Feststellungen aufgrund von Gesprächen mit Spielern und Spielerinnen traf, führte Yee quantitative Erhebungen durch und unterteilte anschließend in drei Motivations-Typen, die jedoch nicht klar voneinander abzugrenzen sind: Achievement (also der Erfolg im Spiel), Social (also die soziale Komponente) und Immersion (also das Gefühl, ein Teil der Spielwelt zu sein) (Yee 2007). Interessanterweise kam dabei heraus, dass Männer generell stärker am Erfolg im Spiel interessiert waren, als weibliche Gamer, von denen viele mit einem signifikanten Unterschied zu ihren männlichen Kollegen den sozialen Aspekt des Spiels als Hauptmotivation sahen.

Ähnliches postulieren auch Sherry und Lucas (2003), sowie Sherry et al. (2000), die herausgefunden haben, dass die soziale Interaktion und die Ablenkung von der Realität den größten Einfluss auf die Spielzeit bei Spielern und Spielerinnen hatte. Taylor (2006) sieht einen großen Motivationsfaktor bei MMOG-spielenden Frauen hauptsächlich im gemeinsamen Chatten und dem Spiel mit verschiedenen Identitäten, sie ist sich aber auch der Tatsache bewusst, dass

„Gameplay in MMOGs is a complicated mix of social and instrumental actions that are located not only in individual players but among collectives. The boundaries of the game often are not recognizable because Web sites and fan forums push at them, providing invaluable information for actually playing.” (Taylor 2006, 126)

Das bedeutet, dass die Gründe, warum Menschen MMOs spielen sehr durchmischt sind und sich nicht immer genau definieren lassen, weil sich hier eine gewisse Gruppendynamik entwickelt, die sich auch auf Websites, in Foren und anderen Kommunikationsmedien niederschlägt und so für weiteren Anreiz zum Schritt in die virtuelle Welt sorgt - etwas das auch Yee in seinen Arbeiten immer wieder bekräftigt. Interessante Ergebnisse brachte des Weiteren auch Fritz (2005) zutage: Im Rahmen seiner Forschung ging es um die Frage, warum Spieler und Spielerinnen Videospiele nutzen – wobei angemerkt werden muss, dass nur Schüler und Schülerinnen befragt wurden. Überraschend war das Ergebnis, dass viele der Befragten (etwas mehr als die Hälfte) Spiele nur als Füllmedien nutzen würden, wenn ihnen langweilig wäre. Trotzdem neigten viele der Befragten dazu, sich vollkommen im

Spiel zu verlieren und konnten nur durch Störung von außen (Eltern, Hungergefühl) dazu gebracht werden, nach Stunden wieder mit dem Spielen aufzuhören. Fritz beobachtete:

„Das Computerspiel, das als Kurzweil begann, um das quälende Gefühl der Langeweile aufzulösen, entwickelt sich zu einer „selbstlaufenden“ Aktivität, die die Spieler so stark in Beschlag nehmen kann, dass sie „ihre“ Zeit „verlieren“, weil die ausgefüllte Zeit am Computerspiel das Bewusstsein von Zeit unterbindet.“ (Fritz 2005, Langeweile als Spielanlass)

Dieses, mit der Immersion vergleichbare, als Flow¹⁵ bekannte, Phänomen beschreibt Fritz folgendermaßen:

„Entspricht die Herausforderung eines Spiels dem Leistungsvermögen des Spielers, kann er in einen Flow-Zustand geraten: Er agiert quasi automatisch, verliert die Distanz und verschmilzt mit dem Geschehen am Bildschirm. Dieser Zustand wird meistens als angenehm empfunden, als etwas, nach dem man süchtig werden kann.“ (Fritz 2005, Einleitung)

Genau jenes stundenlange Spielen galt und gilt in den Augen von Kritikern des digitalen Entertainments als Argument, da dabei soziale Beziehungen komplett auf der Strecke blieben und die Gamer vereinsamen würden. Dass dem bei MMOs nicht so sein muss, hat wiederum Yee (2007) klar dargestellt, denn gerade die Kommunikation zwischen den Spielenden ist seines Erachtens ein wichtiger Eckpfeiler der Immersion, wodurch es bei seiner Motivationsforschung schwer fiel eine klare Abgrenzung zwischen den Punkten Social und Immersion zu treffen. So führt gerade der soziale Kontakt in Form verschiedenster Beziehungen unter den Spielenden bei Spielern und Spielerinnen zu einem intensiveren Spielgefühl und einem stärkeren Eintauchen in die Welt – wodurch eine Soziale Präsenz im virtuellen Raum entsteht, bei der sich die Gamer in gewisser Hinsicht ihrer eigene virtuellen Identität bewusst werden und diese langsam beginnt mit der realen Identität zu verschwimmen.

¹⁵ Csikszentmihalyi hat sich unter anderem (2001) mit diesem Phänomen auseinandergesetzt und beschreibt es als optimales Erleben einer Situation, was zu einem angenehmen Zustand der Selbstvergessenheit führt

4. Im Sog der virtuellen Welten: Von Presence, Immersion und Flow

Im letzten Kapitel stand der Flow als eine Motivation im Brennpunkt, die User dazu bringt, länger in den virtuellen Welten zu verharren, als sie es eigentlich geplant hatten. Dabei kommt es meist nicht nur zu einem Gefühl der völligen Loslösung von der Zeit, sondern auch von räumlichen Gegebenheiten. Spielende fühlen sich in die Szenerie versetzt, komplett hineingezogen. Ihr gefühltes Dasein, also ihre Präsenz, erstreckt sich plötzlich nicht mehr nur auf das Hier und Jetzt, sondern auch auf die digitale Szenerie auf dem Bildschirm und es kommt zum Eindruck der Presence im Spiel.

Während Steuer (1993) noch zwischen Tele-Presence und Presence differenzierte und der vom Menschen real erlebten Welt die Bezeichnung Presence angedeihen ließ und sie so vom medial vermittelten Gefühl – an einem Ort zu sein – der Tele-Presence unterschied, wird in der heutigen Forschung generell der Begriff Presence verwendet, um dieses Gefühl zu beschreiben, und in ihrer Steigerung der Begriff Social Presence, bei dem auch noch das Gefühl der sozialen Interaktivität mit NPCs und von realen Personen gesteuerten Figuren eingeschlossen wird. So beschreiben Lombard und Ditton Presence als „*the artificial sense that a user has in a virtual environment that the environment is unmediated*“ (Lombard und Ditton 1997). Sie machen diese an sechs Faktoren fest, die alle die wahrnehmbare Illusion der nichtmedialen Vermittlung beinhalten:

- Presence als Social Richness: Ein Medium wird als persönlich, warm und sozialtauglich empfunden, wenn man darüber mit anderen Usern interagiert.
- Presence als Immersion: Hier wird der Grad beleuchtet, in dem ein Medium die Sinne der User für sich einnehmen kann.
- Presence als Realismus: Ein Medium kreiert eine Umgebung, die den NutzerInnen den Eindruck gibt, sie hätten es mit einem funktionierenden Abbild der Realität zu tun.
- Presence als Transport: Diese Definition unterteilt sich in drei Unterpunkte; die Nutzenden haben entweder das Gefühl an einem bestimmten Ort zu sein, oder ein bestimmter Ort wurde durch das Medium zu den Usern gebracht bzw. das Gefühl,

dass die NutzerInnen gemeinsam mit anderen Medien-NutzerInnen einen bestimmten Ort teilen und dort gemeinsam (inter)agieren.

- Presence als Sozialer Akteur innerhalb des Mediums: Diese Betrachtungsweise der Presence beleuchtet die Beziehungen der User, die sie über das Medium mit realen Personen oder vom Computer gesteuerten Figuren (NPCs) pflegen.
- Presence als Sozialer Akteur: Dabei geht es nicht darum, wie die User des Mediums mit anderen Usern bzw. NPCs interagiert, sondern darum, wie das Medium selbst dazu beiträgt, dass es von Usern als soziales Gefüge gesehen wird. Das geschieht beispielsweise durch die gebotenen Möglichkeiten der Kommunikation oder der Interaktion zwischen den Usern.

Biocca (1997) erklärt ebenfalls, dass es unumgänglich ist, die Sinne der User von virtuellen Welten stark an das Interface der Software zu koppeln, um das Gefühl der Presence zu erzielen, was vor allem durch die Illusion einer räumlichen Welt, das Gefühl von anderen intelligenten Subjekten – die komplexe Ausdrucksmittel beherrschen – und das Design des eigenen virtuellen Körpers (Avatars) ermöglicht wird.

Der User muss sich also nicht nur seiner virtuellen Umgebung sondern auch seiner eigenen Präsenz im digitalen Raum gewahr werden. Wie die späteren Kapitel zeigen werden, scheint das Zustandekommen der Presence bzw. Immersion also enorm davon abzuhängen, wie die Spiele bzw. Kommunikationstools von Konsolen bzw. Computern designt sind. Erst wenn User die Distanz zum Gesehenen verlieren, und die virtuellen Welten als „real“ akzeptieren sowie vollkommen in sie eintauchen, kann es zu Immersion kommen, welche schon seit Anbeginn der digitalen Spiele immer wieder von Interesse für WissenschaftlerInnen ist. Immersion lässt sich gut in den Worten von McMahan (2003) beschreiben:

“[...] immersion means the player is caught up in the world of the game’s story (the diegetic level), but it also refers to the player’s love of the game and the strategy that goes into it the nondiegetic level.” (McMahan 2003, 68)

Sie gilt also als intensives Erleben des Gefühls, an einem Ort zu sein. Murray (1997) beschreibt Immersion als die Fähigkeit unseres Gehirns, in eine spannende Erzählung (egal welches Medium sie vermittelt) vollkommen hineinzukippen, sodass die Welt um uns herum bedeutungslos erscheint.

Wie Eastin und Griffiths (2006) im Zuge eines Vergleichs des Aggressions-Potenzials bei Shooter-, Kampf- und Rennspielen herausgefunden haben, braucht es nicht einmal futuristische High-Tech-Virtual-Reality-Einheiten, wie Helme mit eingebauten Kopfhörern und Monitoren, um die Spielenden in die virtuelle Welt zu ziehen. Es scheint vielmehr auf Faktoren des Spiels wie beispielsweise die Game-Perspektive anzukommen. So war der beobachtete Grad der Presence bei einem Ego-Shooter höher als bei einem Kampfspiel aus der Third-Person-Ansicht¹⁶ – und auch das Eingabegerät trägt zu einem unterschiedlichen Grad der Immersion bei. Auch McMahan (2003) sieht im Wechsel von 2D- oder isometrischen zu 3D- und First-Person-Spielen einen Faktor, der zur Erhöhung der Immersion und der Presence beiträgt. Dieser Wechsel erhöht auch die Immersion bei anderen Spielen, die auf First-Person-Perspektive setzen – beispielsweise Adventure-Games, Ego-Shooter und sogar Strategie-Spielen, die zuvor 2D-Grafik benutzt haben. So hatten erste Videospiele noch Levels aus der Seitenansicht, oder von oben herab. Anfang der 80er Jahre entwickelten sich auch Spiele, die eine Perspektive schräg von oben herab ermöglichten und so ein wenig Dreidimensionalität ins Geschehen brachten. Dabei waren die Spielenden jedoch noch immer weit von dem Geschehen auf dem Schirm entfernt. Das sollte sich im Jahr 1992 ändern, als der Ego-Shooter *Castle Wolfenstein* echte 3D-Ansicht aus der Ego-Perspektive (auch Ich-Perspektive genannt) ermöglichte. Beim Laufen durch düstere Gänge und Durchqueren von Türen, auf der Jagd nach Monstern und Nazi Soldaten, hatten die Spielenden den Eindruck, als wären sie direkt im Geschehen. Die am unten rechten Bildschirmrand eingeblendete Hand mit der Waffe diente zwar nicht direkt zum Zielen, erhöhte den Grad der Immersion der SpielerInnen jedoch drastisch. Ein Trend, der bis heute in Ego-Shootern anhält. S erklärt McMahan (2003), dass sich viele WissenschaftlerInnen darüber einig sind, dass es keineswegs foto- bzw. audiorealistischer virtueller Welten bedarf, damit diese beim Betrachter ein Gefühl der Immersion erwecken. Ein Gefühl, dass die Welt, in der sie sich gerade befinden real und komplett ist. Sie gibt drei Faktoren an, die Immersion kreieren können; nämlich:

- (1) dass die virtuelle Welt den Erwartungen der Spielenden entspricht,

¹⁶ Third-Person-Ansicht oder Third-Person-Perspektive bedeutet, dass man die Spielfigur meist ganz auf dem Bildschirm sieht, wobei die virtuelle Kamera hinter dem Avatar positioniert ist, wodurch der Eindruck entsteht, man verfolge die Spielfigur. Deshalb wird die Third-Person-Perspektive auch als Verfolger-Perspektive bezeichnet.

- (2) dass die Aktionen der Spielenden einen bedeutenden Einfluss auf die Spielwelt haben und
- (3) dass die Konventionen der Spielwelt stimmig sein müssen. (McMahan, 2003, 68)

Aus diesem Grund wird die Welt in den Spielen (Häuser, Einrichtung) sehr oft an unsere soziale Umwelt und Gepflogenheiten angepasst – Rituale und Festivitäten finden ebenfalls statt. So finden sich Weihnachts-Zelebrationen nicht nur im PC-MMORPG *World of Warcraft* wieder, sondern auch im Wii-Titel *Animal Crossing: Let's go to the City*, in dem die Gamer ein Dorf, das von tierischen Einheimischen bewohnt wird, nach Lust und Laune umgestalten dürfen, indem sie Blumen pflanzen, Bäume fällen und Kunstwerke aufstellen. Zum Einfluss der Spielenden auf die virtuelle Welt sei Steuer (1993) erwähnt, der Kommunikationsmedien ebenfalls nach dem Grad der Interaktivität klassifiziert, die er folgendermaßen beschreibt:

„Interactivity is defined as the extent to which users can participate in modifying the form and the content of a mediated environment in real time.“ (Steuer 1993, 14)

Beim Modifizieren der interaktiven Welt gibt es in seinen Augen drei maßgebliche Faktoren: die Geschwindigkeit der Interaktion, die Anzahl der Möglichkeiten und der Controller d.h. das Interface, über das die Veränderung bewirkt wird. Und gerade bei diesen Möglichkeiten hat die Anzahl der anderen BenutzerInnen, mit denen interagiert werden kann, einen großen Einfluss auf den Grad der Immersion, die erreicht wird.

Steuer stellt in seiner Arbeit ebenfalls fest, dass auch die Anzahl der NutzerInnen der virtuellen Welt das Gefühl der (Tele-)Presence beeinflussen – und das schließt auch die Kommunikation als wichtigen Bestandteil sozialer Systeme und des Erlebens des Spiels ein. So auch Durlach und Slater (2000), die sich mit dem sozialen Aspekt von Videospielen auseinandergesetzt haben. Laut ihnen verstärkte ein hoher Grad an Sozialität – das Gefühl des „Zusammen-seins“ auch das Gefühl der Presence.

Doch wie kommt jenes Gefühl des Zusammenseins durch Computer-vermittelte Kommunikation überhaupt zustande? Diesem Thema widmet sich das nächste Kapitel.

5. Theorien zur Computer-vermittelten Kommunikation (CMC)

CMC – Computer Mediated Communication ist bereits seit Ende der 1980er Jahre, als sich Computer immer mehr als Arbeits- und Kommunikationsgeräte durchsetzten, im Blickpunkt der Wissenschaft, und wurde lange Zeit vor allem über ihre Nachteile gegenüber der Face-to-Face-Kommunikation und die damit einhergehende Problematik bei der Bildung virtueller Gemeinschaften beleuchtet. Riva und Galimberti (1998) beschreiben CMC etwa als Form der virtuellen Konversation, die jedoch teils jene Regeln normaler Konversation vermissen lässt, die dafür Sorge tragen, dass Interaktion wirklich stattfinden kann. So ist in der über Computer vermittelten Kommunikation nicht sichergestellt, dass die EmpfängerInnen wirklich die von den SenderInnen übermittelten Informationen erhalten – außerdem existiert immer Unsicherheit in Bezug auf die „reale“ Identität der SenderInnen. Deshalb suchen sich die BenutzerInnen von Computer-vermittelten Kommunikationsmitteln neue Orientierungspunkte bei der Bildung von sozialen Gefügen und der eigenen Präsenz – nach Cutler (1995) etwa gemeinsame Interessen:

“Through discourse made possible by interactive media (CMC) individuals find or form groups that share interests. In the socially constructed space of cyberspace, where interaction produces culture, information is the only medium of exchange an individual has with which to build a presence.” (Cutler 1995, 21)

Etwas, das bei zufälliger CMC via Websites, Chats, Newsgroups oder Foren vielleicht schwieriger erscheinen mag, als bei Computer- und KonsolenspielerInnen, die ja schon von Beginn an für sich behaupten können, ähnliche Interessen zu haben – zumindest ein ausschlaggebendes großes Interesse: Steht doch die Lust am Spiel für viele als Grund zur Nutzung von PC- und Konsolenspielen im Vordergrund, wie im dritten Kapitel „Gründe für den Besuch in der Cyberwelt“ bereits dargelegt wurde.

Sobald jene SpielerInnen jedoch miteinander in kommunikativen Kontakt treten wollen, eröffnen sich weitere Unterschiede zur Reallife-Kommunikation: Obwohl der computervermittelten Kommunikation der, bei der Face-to-Face-Kommunikation gegebene, Faktor der Unmittelbarkeit oftmals fehlt, bietet sie vielfältige Verbindungsformen: Asynchrone (also zeitlich versetzte) Verbindungen, wie E-Mail, synchrone (also simultan stattfindende), wie Chats oder Instant Messenger (z.B. ICQ, Skype...), bieten den NutzerInnen dieser Techniken mannigfaltige Wege zur Kommunikation, die sich teilweise stark von denen der Real-Welt unterscheiden, denn anders als bei Massenmedien (TV, Zeitungen, Radio) existiert bei CMC keine strukturelle Einschränkung der Kommunikationskontakte. Während bei Massenmedien einer bzw. eine mit vielen und bei Individualmedien die Kommunikation von einer Person an die andere gerichtet ist, bieten die vielen Arten der CMC beide Möglichkeiten. Morris und Ogan (1996) beschreiben in ihrer Abhandlung das Internet sogar als Massen- sowie Individualmedium zur gleichen Zeit. Im Unterschied zu regulären Kommunikationsform fallen (vor allem bei der textbasierten) CMC soziale und physische Wahrnehmungsfaktoren der Kommunizierenden weg – was auch bei vielen Reallife-Kommunikationsformen, die auf Text basieren, der Fall ist; im Gegensatz dazu, bietet der virtuelle Raum des Cyberspaces jedoch – wie schon oben angesprochen – mannigfaltige Möglichkeiten zur Selbstdarstellung, aber auch dafür, die eigene Identität zu verhüllen. Chats aber auch MUDs lassen die User Avatare erstellen, die für sie im virtuellen Raum agieren – ihnen als Maske und Schutz vor zu viel Intimität dienen – dadurch kann es auch dazukommen, dass manche Spieler und Spielerinnen eines MMORPG vielleicht Probleme dabei haben NPCs – also vom Computer gesteuerte Charaktere – und die Avatare realer Personen auseinanderzuhalten.

Daraus ergibt sich, dass viele Kontakte der CMC pseudonym – eine Menge sogar anonym – stattfinden. Diesem Vorgang der Verschleierung der eigenen Identität hat sich etwa Bechar-Israeli (1995) gewidmet, der sieben Typen von User-Namen herausgearbeitet hat (Realnamen, selbstbezogene Namen, technikorientierte Namen, Natur- oder objektbezogene Namen, auf Wortspiele oder Geräusche bezogene Namen, an Berühmtheiten angelehnte Namen und sexuell orientierte oder provokante Namen). Jene Anonymität als erstes sozial-psychologisches Merkmal virtueller Beziehungen der bereits von Kiesler et al. (1984) formulierten – jedoch mittlerweile von WissenschaftlerInnen auf vier Faktoren verallgemeinerten Merkmale – wird ergänzt durch Selbstentgrenzung,

Interaktivität und Optionalität. Dabei ist vor allem die Interaktivität immer wieder im Zentrum der Aufmerksamkeit, da diese im Zuge der Wirkungsforschung laut Thiedeke (2003, 29) oft mit Face-to-Face-Interaktion gleichgesetzt würde. Dieser sieht sie jedoch mehr als „*individuelle Möglichkeit und Notwendigkeit der Gestaltung und Vermittlung computergestützter Kommunikation*“ (Thiedeke 2003, 30). So werden nicht nur die Inhalte, sondern das Medium selbst durch die Kommunikationsteilnehmer konstruiert, wie das etwa beim später besprochenen SIP-Ansatz von Walther (1992, 1994) (Kapitel 5.5) postuliert wird.

Wie dieser kurze Abriss einiger wissenschaftlicher Standpunkte bezüglich CMC bereits erahnen lässt, gibt es viele Theorien und Herangehensweise an die computervermittelte Kommunikation als relativ moderne Art der Kommunikation, ihre Gegebenheiten und Wirkungen auf die Kommunizierenden. Da wären etwa Analysen zur individuellen Medienauswahl (Daft und Lengel 1986) oder Individuums-bezogene Ansätze (z.B. virtuelle Identitäten (etwa Misoch 2004), Gender-Studien (Dekker 2002), die Theorie der Social Identity and De-individuation – kurz SIDE (etwa Spears und Lea 1992)) bis hin zu Medien-Theorien, die sich mit den sozialen Auswirkungen der unterschiedlichen technischen Möglichkeiten befassen.

Im Blickpunkt vieler Theorien stehen dabei oft die Art des Mediums und der dadurch divergierende Grad an Informations- bzw. Emotionsübertragung. Für diese Diplomarbeit, die sich den unterschiedlichen Beziehungs- und Kommunikationsstrukturen, die aus den verschiedenen technischen Möglichkeiten resultieren, widmet, erscheinen jedoch vor allem die Medien- beziehungsweise Kanal-bezogenen theoretischen Modelle von großem Interesse, da im Folgenden die unterschiedlichen Beziehungsstrukturen aufgrund unterschiedlicher technischer Voraussetzungen bei PC- und Konsolenspielen analysiert werden sollen.

Jenes Forschungsfeld erschließen beispielsweise die Social Presence-Theorie (Short et al. 1976) bzw. die davon abgeleitete Media Richness Theorie (Daft und Lengel 1984, 1986), die Theorie der Mediensynchronizität (Dennis und Valacich 1999), das Restriktionsmodell, der Social Cues Filtered Out Approach (Kiesler et al. 1984) sowie die Theorie der elektronischen Nähe (Korzenny 1978/ 2002), die auf den folgenden Seiten erläutert und diskutiert werden.

5.1. Theorie der Sozialen Präsenz

Die von Short et al. (1976) zur Untersuchung von Telefon- oder Video-Konferenzen entwickelte und erst in den Achtzigern etwa von Culnan und Markus (1987) oder Rice und Love (1987) auf die computermedierte Kommunikation übertragene Theorie der Sozialen Präsenz besagt, dass je höher der Grad der Kommunikationseinschränkungen eines Mediums ist, desto geringer ist die Soziale Präsenz – und umgekehrt, dass verschiedene Medien bedingt durch ihre technischen Eigenschaften verschieden hohe Grade der Sozialen Präsenz erzeugen.

Als Soziale Präsenz wird jenes Gefühl beschrieben, dass die Kommunizierenden trotz medialer Vermittlung nicht den Eindruck haben, sie kommunizieren mit Objekten anstelle von realen Personen. Das bedeutet, die Soziale Präsenz ist umso höher, je direkter, intensiver und emotionaler – sensibler bzw. geselliger – der Kommunikationskontakt von den Kommunizierenden empfunden wird. Dabei gestehen die Autoren der Sozialen Präsenz jedoch einen fraglichen Status als objektive – und damit messbare – Eigenschaft und nicht als individuelle Wahrnehmung zu.

Biocca und Harms (2002) verfeinerten die Theorie von Short et al. (1976) um den Ansprüchen einer adäquaten Erforschung der CMC zu genügen und definieren Social Presence als

“a ‘sense of being with another in a mediated environment’, social presence is the moment-to-moment awareness of co-presence of a mediated body and the sense of accessibility of the other being’s psychological, emotional, and intentional states.” (Biocca und Harms 2002, 10).

So entsteht durch Soziale Präsenz ein Gefühl der Intimität, das durch Unmittelbarkeit verstärkt werden kann. Also braucht es, um diese Eigenschaft zu erzielen, reichhaltige Informationen und rasches Feedback von den Kommunikationsteilnehmern. Short et al. (1976) schließen im Weiteren darauf, dass nicht jedes Medium für jeden Kommunikationsanlass geeignet ist; Medien mit einer niedrigen Sozialen Präsenz würden sich nur für Informationsübertragung und einfaches Lösen von Problemen eignen, während komplexe Aufgaben und persönliche Beziehungen (Lösen von Konflikten, Freundschaften

bilden, Übermittlung von Emotionen) nur von Medien mit einem hohen Grad an Social Presence erreicht werden könnten.

Für die Forschungsfragen dieser Arbeit bedeutet das, dass angenommen werden kann, dass eine hohe Soziale Präsenz in der modernen CMC vor allem durch die Kombination von Text-, Sprach- und Videochats vermittelt wird. Das würde also darauf schließen lassen, dass je mehr Möglichkeiten die User von CMC geboten bekommen, es auch einen Anstieg der Sozialen Präsenz und Bindungsstärke gibt. Und da Online-Spiele je nach Spielgenre, aber auch nach der verwendeten Plattform (PC oder Konsolen) unterschiedliche Möglichkeiten der computervermittelten Kommunikation bieten, lässt dies darauf schließen, dass auch hier der Grad der Sozialen Präsenz stark variiert. Und daraus lässt sich auch ableiten, dass je größer der Grad der Sozialen Präsenz ist, auch das Gefühl der Immersion steigt, was bedeuten würde, dass je mehr Sozialität eine Spielkonsole oder ein Spiel bieten kann, desto mehr Zeit auch in den Umgang damit investiert wird. Das würde wiederum bedeuten, dass je mehr Möglichkeiten zur Interaktion bzw. Kommunikation ein Spielsystem bzw. Spiel den NutzerInnen bietet, auch die Soziale Präsenz und damit die Spielzeit steigt.

Aufgrund der Unschärfe in der Definition der Social Presence kommt es aber auch zu einer problematischen Situation, wenn man diese empirisch erfassen möchte. Zwar haben Short et al. (1976) Belege für ihre Theorie gesammelt, jedoch waren die Teilnehmer der Studien meist wenig bewandert in computervermittelter Kommunikation und kannten sich des Weiteren nicht gegenseitig, was ein Umlegen der Ergebnisse auf heutige soziale Strukturen im Internet bzw. auf digitalen Spielsystemen kaum zulässt.

So kam es bei einer tatsächlichen Untersuchung von MUDs und MOOs, die Becker (2003) durchführte, nicht zu dem, laut dem Modell von Short et al. (1976) zu erwartenden, Ergebnis: Zwar zeichneten sich diesbezüglich Trends ab, trotzdem blieb es laut Becker ungewiss, ob die Erhöhung der Kommunikationskanäle in der CMC von MUDs und MMOS wirklich Einfluss auf den Grad der Sozialen Präsenz hatte.

„So blieb unklar, ob sich mit einer Zunahme der Variationsbreite von Kommunikationskanälen und Darstellungsmöglichkeiten die soziale Bindekraft innerhalb dieser Szenarien erhöht, weil sich ein vielschichtiges Bild ergab. In OT, einem MOO, das

mit Avataren, Audiokanal und Text das reichste Spektrum an Darstellungs- und Kommunikationsmöglichkeiten bietet, hätte meiner Meinung zufolge das größte Mass an sozialer Verbindlichkeit und Bindung existieren müssen. [...] Und ebenso scheint es so, als ob die Integration des Audiokanals das Gefühl für die soziale Präsenz des anderen intensiviert und damit die Entstehung der sozialen Bindung verstärkt. Ob sich daraus aber der Schluss ableiten lässt, dass hier die soziale Kohärenz am stärksten ausgeprägt ist, konnte nicht abschliessend geklärt werden.“ (Becker 2003, 119)

Selbst der neu hinzugekommene Audio-Kanal eines MOOs führte in Beckers Beobachtung nicht eindeutig zu einem verstärkten Gefühl Sozialer Präsenz sowie stärkerer Bindungen zwischen den Spielenden. Und auch das Spiel, welches grafische und textuelle Kommunikationsformen bot, konnte nicht eindeutig als förderlicher für Soziale Präsenz eingestuft werden, als rein textuelle.

Becker sieht die Ursachen dafür vor allem im Fehlen der physischen Präsenz – die trotz der Avatare – die Gefahr der Täuschung in sich birgt und so die Bildung eines verlässlichen sozialen Netzwerkes erschwert. Laut Becker (2003, 122) sei es demnach auch etwas zu voreilig bzw. von umstrittener Sinnhaftigkeit MOOs und MUDs ohne Bedenken als virtuelle Gruppen zu bezeichnen – und sie gibt zu bedenken, dass man vielleicht besser nach einer neuen Definition suchen sollte.

5.2 Von Social Presence zu Awareness und Connectedness

Schon in ihrer Beschreibung der Sozialen Präsenz benutzen Biocca und Harms (2002, 10) die Formulierung der „*awareness of co-presence of a mediated body*“. Jene Awareness, also das bewusste Gefühl für die Aktivitäten der anderen Personen im CMC-Prozess, wird von Dourish und Bellotti (1992,1) als das Verstehen der Aktivitäten anderer verstanden, das einen Kontext für die eigenen Aktivitäten ermöglicht. Christiansen und Maglaughlin (2003) unterteilen in ihrer Betrachtung der Awareness unter anderem in Availability Awareness und Group Awareness, die Usern im virtuellen Raum das Gefühl vermitteln, die Möglichkeit zu haben, mit anderen Usern bzw. ganzen Gruppen in Kontakt treten zu können. Etwas, das in den, in dieser Arbeit behandelten, Arten der CMC häufig möglich ist. Virtuelle Welten ermöglichen den Spielern und Spielerinnen jederzeit mit anderen Gamern zu interagieren, Spiel-Konsolen zeigen an, wenn andere Gamer mit ihren System online sind und selbst in Foren oder auf Websites zu Games oder von Sozialen Netzwerken wie Facebook¹⁷ oder StudiVZ¹⁸ bekommt man Zugang zu Tausenden Profilen von online oder offline befindlichen Personen. Diese Vernetzungen führen nicht selten zu einem Gefühl der Verbundenheit – der Connectedness. Markopoulos et al. (2003) sowie Van Baren et al (2004) haben sich intensiv mit den Vor- und Nachteilen von Awareness-Systemen auseinandergesetzt und festgestellt, dass jene Art der CMC wirklich zu einem verstärkten Gefühl der Verbundenheit führen kann. Ijsselsteijn et al. (2003) sehen in der Connectedness eine Ergänzung zur Sozialen Präsenz. So kann es in Awareness-Systemen durchaus vorkommen, dass die Soziale Präsenz niedrig ist, aber das Gefühl der Verbundenheit als hoch empfunden wird. Etwa bei reinen text-basierten Instant Messengern, wo wenige Kommunikationskanäle laut Short et al (1976) eigentlich eine geringe Soziale Präsenz zur Folge haben sollte; wie Nardi et al (2000) und auch Ijsselsteijn et al. (2003) herausgefunden haben, reichte es vielen BenutzerInnen der Messenger-Tools bloß zu wissen, dass ihre FreundInnen online waren, auch wenn sie gar nicht vorhatten, mit ihnen Informationen auszutauschen.

¹⁷ Zu finden auf: <http://www.facebook.com> (Stand: 21. Jänner 2009)

¹⁸ Zu finden auf: <http://www.studivz.net> (Stand: 21. Jänner 2009)

„The aim of awareness systems is often simply to stay in touch, i.e. to be reassured about the wellbeing of others, to let others share your experiences, to let someone know you're thinking of him/her, or to create opportunities for synchronous communication.“
(Ijsselsteijn et al 2003, 3)

Und Schnider (2004) zeigte darüber hinaus, dass man diese Technologie sogar für interaktive Lehrsituationen nutzen kann. Spannend ist auch, dass Nardi et al. (2000) herausgefunden haben, dass mehr Kanäle zur Vermittlung von Awareness (Audio, Video, Text) nicht unbedingt eine höhere Awareness zur Folge haben müssen, weil sich die User dadurch nur der Asymmetrie ihrer Verbundenheit bewusst würden:

“Paradoxically, an interface that provides less awareness information may be more successful because it addresses the problem of participant asymmetry.“ (Nardi et al. 2000, 9).

Das bedeutet also, dass es auch von Wichtigkeit ist, wie es um die Symmetrie von CMC bestellt ist – ob sie synchron oder asynchron stattfindet. Etwas, dem sich die – im folgenden Kapitel behandelte – Medien-Synchronizitäts-Theorie widmet.

5.3 Theorie der Medialen Reichhaltigkeit und Medien-Synchronizitäts-Theorie

Während die Media Richness Theorie nach Daft und Lengel (1984, 1986) die Theorie der Sozialen Präsenz verfeinert (sie gibt die Reichhaltigkeit eines Mediums an aufgrund der Vielfältigkeit der vermittelten Sprache, der Anzahl der hinweisgebenden Kanäle, dem Maß an Persönlichkeit und der Unmittelbarkeit des Feedbacks) und Schlüsse zwischen dem Zweck der Kommunikation und den dafür adäquaten Medien zieht, gehen Dennis et al. (1998) bzw. Dennis und Valacich (1999) noch einen Schritt weiter und konzentrieren sich nicht auf die Reichhaltigkeit eines Mediums sondern die Synchronizität bei der Informationsübertragung, die vor allem in Kooperationsarbeiten über ein Medium zum Tragen kommt.

Die von ihnen erarbeiteten Punkte Geschwindigkeit des Feedbacks, Symbolvarietät, Parallelität, Veränderbarkeit¹⁹ und Wiederverwendbarkeit unterscheiden sich von Medium zu Medium. Während die Unmittelbarkeit des Feedbacks bei synchronen Kommunikationsvorgängen, wie der Face-to-Face-Kommunikation, noch immer am höchsten ist – gefolgt von Videokonferenzen und Telefon bzw. Sprach-Chat, verfügt asynchrone Groupware, wie beispielsweise Webforen, über einen sehr niedrigen Grad an unmittelbarer Rückkopplung. Textbasierte Kommunikationstools bieten dafür ein hohes Level an Symbolvarietät, während sich asynchrone Groupware wie Webforen wiederum bei der Gleichzeitigkeit verschiedener Kommunikationsabläufe eignet.

Die Punkte Änderbarkeit und Wiederverwendbarkeit weisen ebenso unterschiedliche Ausprägungen in Kombination mit den verschiedenen Medien auf, sind jedoch für die Kommunikationsmedien, die im Zentrum dieser Diplomarbeit stehen eher vernachlässigbar. Die Medien-Charakteristika, die für die verschiedenen Bindungen der NutzerInnen von PC-Games, PlayStation 3, Xbox 360 oder Wii aussagekräftig sind, spiegeln sich nämlich in der Unmittelbarkeit und der Symbolvarietät wieder. Die Kern-Aussage der Media Richness Theorie, die sich damit auseinandersetzt, welches Medium den idealen Grad zwischen Overcomplication (also zu viele sinnlose Informationen) und (Oversimplification, d.h. unpersönlich, kein Feedback) – also den Bereich effektiver Kommunikation schafft,

¹⁹ Diesem Punkt widmet sich auch der Messaging Threshold Ansatz von Reid et al. (1996), der sich mit dem Inhalt der Nachricht und dessen Veränderbarkeit im Verhältnis zu der für die Kommunizierenden zur Verfügung stehenden Zeit befasst.

kommt wiederum soweit zum Tragen, wie spielerische Kommunikation einem bestimmten Ziel entgegengerichtet ist. Und so eine Funktion stellt natürlich auch der Zusammenhalt einer (virtuellen) Gruppe dar.

Aus diesem Grund wurde der Media Synchronicity Theory neben der Ebene der Kommunikationsprozesse (Prozess der Informationsübermittlung und Prozess der Informationsverdichtung) und der zweiten Ebene der fünf zuvor genannten Medieneigenschaften noch eine dritte Ebene – die der Gruppenfunktion – hinzugefügt. Diese basiert auf Elementen der Kleingruppentheorie nach McGrath (1991), die besagt dass Gruppen in ihrem sozialen Umfeld und in organisatorischen Abläufen verankert sind. So ergeben sich nach Dennis und Valacich (1999) eine produktive Funktion, die den effektiven Erfolg der Gruppenarbeit beschreibt, die Funktion des Gruppenwohlbefindens, bei dem sich die Gruppe als zusammengehörig beschreibt und sich von anderen Gruppen abgrenzt, und die Funktion der Gruppenunterstützung, bei dem einzelne Gruppenmitglieder unterstützt werden und so die Zufriedenheit der Gruppen-Teilnehmer gesteigert wird.

Aufgrund seiner Unschärfe bei gleichzeitiger Komplexität wird dem Modell der medialen Synchronizität jedoch oft der Vorwurf gemacht, dass es „unfertig“ sei (Schwabe 2002, 20). Dennis und Valacich (1999) stützten ihre Theorien auch lediglich auf Laborstudien, sodass der Nutzen einer Anwendung zur Untersuchung von CMC nicht gewährleistet ist, weshalb ihre Charakteristika auch nur peripher zur Analyse der, im empirischen Teil gewonnenen, Erkenntnisse herangezogen werden sollen.

5.4 Theorie der Elektronischen Nähe

Die Theorie von Korzenny (1978/ 2002) besagt, dass sich Medien dadurch unterscheiden, inwiefern sie den Beteiligten des Kommunikationsprozesses den Eindruck von physischer oder psychischer Nähe vermitteln. Nähe ist für ihn dabei in zwei Ebenen unterteilt – nämlich erstens als physische bzw. geografische Nähe, die als messbarer Entfernungsabstand zwischen Objekten oder Subjekten existiert, und zweitens als psychische Nähe, die nicht objektiv messbar ist und zwischen Menschen existiert. Wobei physische und psychische Nähe nicht unbedingt verknüpft sein müssen, auch wenn dies öfter der Fall ist (z.B. SchülerInnen in der Klasse, Familienmitglieder im elterlichen Heim, ...). Jene psychische Nähe wird von Korzenny als Funktionale Nähe bezeichnet – und wenn sie über ein elektronisches Medium vermittelt wird, dann heißt sie Elektronische Nähe und ist maßgeblich davon beeinflusst, in welchem Grad ein bestimmtes Medium in der Lage ist, jene funktionale Nähe entstehen zu lassen.

Dabei benennt Korzenny (2002, 4) in seiner These sechs Faktoren, die bei technischen Medien dafür nötig sind, um dieses Empfinden von Nähe zu verwirklichen, nämlich

- (1) hohe Bandbreite und Reichhaltigkeit der Kommunikationskanäle
- (2) Einfachheit der Informationen,
- (3) Möglichkeit zur Interaktivität bzw. Wechselseitigkeit der Kommunikation,
- (4) gute Kommunikationsfähigkeiten der Interagierenden,
- (5) keine einschränkenden Regeln in der Interaktion sowie
- (6) geringe Anzahl an zur Wahl stehenden Kanälen

Interessant ist hierbei, dass Korzenny auf dieser Grundlage Thesen aufstellt, die sich weitgehend mit jenen vorangegangener Theorien decken (z.B. dass zu komplexe Information den Grad der elektronischen Nähe sinken lässt). Durch seine Berücksichtigung der persönlichen Kommunikationserfahrung der TeilnehmerInnen an der CMC ergibt sich bei ihm jedoch jene These, dass – je weniger Kommunikationskanäle vorhanden sind, desto höher wird die Elektronische Nähe der damit vermittelten Kommunikation eingeschätzt. Das bedeutet, dass laut Korzenny Funktionale Nähe durchaus selbst dann in CMC entstehen kann, wenn nur wenige Kommunikationskanäle verfügbar sind. Damit steht diese These eindeutig in gewissem Widerspruch zu Modellen wie dem Restriktionsmodell bzw dem Social Cues Filtered Out Approach von Kiesler et al. (1984)

sowie Kiesler (1986), weist jedoch Parallelen zum SIP-Modell von Walther (1992, 1994) auf, wie das nächste Kapitel zeigen wird, und ist auch insofern interessant, als angenommen werden kann, dass eine große Funktionale Nähe zwischen Spielenden auch die Bildung von Freundschaften beziehungsweise im Endeffekt auch die Spieldauer beeinflusst.

5.5 Social Cues Filtered Out Ansatz, Social Information Processing Modell und das Restriktionsmodell

Der Social Cues Filtered Out Ansatz orientiert sich am Kanalreduktionsmodell bzw. Restriktionsmodell (Turoff und Hiltz 1977), nach dem die Face-to-Face-Kommunikation den Idealtyp der persönlichen Interaktion darstellt. Sobald aber eine Mediatisierung stattfindet wird die Kommunikation in ihrer Reichhaltigkeit beschränkt, da speziell bei der CMC bestimmte Sinne einfach nicht mehr angesprochen werden (z.B. Tastsinn, Geruchssinn, etc.), vieles nur mehr textbasiert übermittelt wird und sonst nebenbei übertragene Informationen (z.B. Gestik, Mimik, Gefühle...) auf eine neue Ebene gebracht (z.B. verschriftlicht) werden müssen, damit sie im Kommunikationsprozess übertragen werden können. Ebenso berücksichtigt werden beim Restriktionsmodell räumliche und zeitliche Distanzen, die bei CMC gang und gäbe sind, wodurch nach Boos (2004, 1) eine „Ent-Kontextualisierung“ stattfindet, was die gemeinsame Orientierung am Kommunikations-Gegenüber erschwert. Kerr und Hiltz (1982) gelang es jedoch bereits bei der frühen Untersuchung von Online-Communities nachzuweisen, dass es bei CMC trotz allem zur Übermittlung von emotionalen Inhalten kommt. Und auch das Social Information Processing Model von Walther (1992, 1994) besagt, dass in der CMC viele Wege existieren, die eingeschränkten Kommunikationsgegebenheiten zu umgehen – die Kommunizierenden nutzen einfach die gegebenen Möglichkeiten der Medien zur Übermittlung der – von ihnen gewünschten – Informationen (und auch Emotionen), wodurch sie selbst über wenige Kommunikationskanäle Soziale Präsenz und Funktionale Nähe zu erzeugen vermögen. So kann Online-Kommunikation zwar kurzfristig betrachtet als eingeschränkt erscheinen, je länger die User damit aber agieren könnten, desto gewandter und facettenreicher fallen die Kommunikationen aus. Diese intensive Auseinandersetzung der User mit den gebotenen Möglichkeiten der CMC findet man unter anderem auch in modernen MMOs. Die Spieler und Spielerinnen müssen hier komplett in die virtuelle Welt eintauchen und sich die Regeln und Kommunikations-Konventionen erst aneignen, wie folgendes Zitat zeigt:

„Living in a synthetic world takes some getting used to; everything from language to the courtship ritual is different.” (Castronova 2005, 103)

Und genauso wie Castronova die Interaktion der User anhand der, von ihm als „Synthetische Welten“ bezeichneten, digitalen Räume beschreibt, wenn sie miteinander interagieren und Aufgaben ausführen und sich über die gebotenen Kommunikationskanäle in Verbindung setzen, postuliert auch Walther (1992, 1994), dass Menschen immer das Bedürfnis haben, mit anderen in Kontakt zu treten und sich mit ihnen zu verständigen – und dass dabei selbst bei zielgerichteten-organisatorischen Kommunikationen immer eine soziale Komponente mitschwingt, die dann bei längerer Kommunikationserfahrung mit Mediums-spezifischen Möglichkeiten ausgedrückt werden kann. Und so ziehen die User selbst bei rein schriftlicher Kommunikation Rückschlüsse auf das Wesen ihrer Kommunikationspartner. Mit dem Ansatz zur Hyperpersonalen Perspektive weitet Walther (2000) sein Konzept des SIP-Modells aus und postuliert, dass sich Teilnehmer von CMC sogar verbundener fühlen können, als bei Face-to-Face-Kommunikation, da nichtbeabsichtigtes nonverbales Verhalten der SenderInnen (Schwitzen) nicht übermittelt wird und manche EmpfängerInnen darüber hinaus einen idealisierten Eindruck ihrer KommunikationspartnerInnen erhalten. Etwas, das in Computer- und Konsolen-Spielen durch die Verwendung von idealisierten Avataren begünstigt werden kann. Dass Walthers theoretischen Annahmen zur Hyperpersonale Perspektive in der Computer-mediierten Kommunikation durchaus auf die Kommunikations-Praxis der CMC umzulegen sind, konnten Agle und Morris (2006) in Tiefeninterviews belegen.

Doch auch der Social Cues Filtered Out-Ansatz von Kiesler et al. (1984) bzw. Kiesler (1986) beschreibt positive Effekte auf die, über Computer vermittelte, Kommunikation. Durch die eingeschränkte Übertragung von Hinweisen auf die soziale Stellung der Kommunizierenden, wird begünstigt, dass Personen aus unterschiedlichen sozialen Sphären miteinander kommunizieren können, was im Reallife weit unwahrscheinlicher wäre; Warschauer (1995/1996) konnte so bei einem Vergleich von Face-to-Face- und CMC-Kommunikation eine verstärkte Offenheit der Kommunizierenden ausmachen. Diese Enthemmung kann allerdings auch zu negativem (teils aggressiven) Verhalten führen, wie etwa Peña (2004) herausfand.

Doch inwiefern ist die Kommunikation in CMC eigentlich zielgerichtet oder von sozio-emotionalen Aspekten – negativen wie positiven – geprägt? Das folgende Kapitel gibt einen kurzen Überblick über aktuelle Forschung und Tendenzen.

6. Information und Emotion in CMC

Wie das vorangegangene Kapitel zeigen konnte, führt die Art der Kommunikationsübertragung in CMC zu bestimmten Färbungen der Kommunikationsinhalte. Obwohl CMC vielleicht weniger Übertragungsvielfalt bieten mag als Face-to-Face Kommunikation, gelingt es den Kommunizierenden trotzdem – unter Berücksichtigung bestimmter Kommunikationsregeln und Konventionen (Becker 1999) – eine eigene Art der Verständigung zu kreieren, bei der sogar kleinste Gefühlsregungen oder Änderungen des Tonfalls textuell übermittelt werden können – ganz so, wie es das im voran gegangenen Kapitel besprochene SIP-Modell von Walther (1992, 1994) darstellt. Bei Verwendung von Sprachchats gelingt dies bei kurzfristigen Spiel-Sessions oftmals zwar noch einfacher, wie Halloran et al. (2003) bei ihrer Untersuchung von Voice-over-IP²⁰-Gesprächen bei Multiplayer-Games aufzeigten, doch auch hier gibt es Überschneidungen mit sonst nur textuell übermittelten Informationen. So ist es z.B. in Gaming-Kreisen durchaus üblich sonst nur schriftlich verwendete Äußerungen zur Darstellung von Gefühlen (z.B. laugh out loud – kurz „lol“) in den regulären Sprachgebrauch zu übernehmen. Ebenfalls interessant ist in diesem Zusammenhang eine Studie von Becker (1999) in der sie das Kommunikationsverhalten von Usern von MMOs und Sozialen Infrastrukturen untersuchte und dabei feststellte, dass User eher auf sogenannte Emoticons (Erklärung siehe nächster Absatz) zurückgriffen, anstatt vorgefertigte Gestik und Mimik ihrer Avatare zu nutzen, während sich die Benutzung von Sprachchat zur Gefühlsäußerung (Lachen, Stöhnen, ...) ebenfalls sehr bewährt hatte.

Wiederholung einzelner Buchstaben, durch die Tonhöhe oder Betonungen ausgedrückt werden (z.B. „servuuus“ oder „tschüüüsss“), Emoticons (z.B. „ „L“ oder andere durch Symbole wie Doppelpunkt, Strichpunkt und Klammern zusammengesetzte Zeichen zur Darstellung von Aktionen und Gefühle“, Soundwörter (z.B. „grummel“) oder

²⁰ Voice over Internet Protocol (VoIP) bezeichnet eine Technik, bei der das Internet zur Übertragung von Sprache genutzt werden kann. Möglich machen dies spezielle Software wie Skype oder der MSN-Messenger. Diese synchrone Form der Internet-Kommunikation ist besonders beliebt, weil sie im Gegensatz zum Telefonat keine Zusatzkosten verursacht. Allerdings ist dabei oft mit leichten Einbußen bei der übermittelten Sprachqualität zu rechnen.

Aktionswörter (z.B. *rotwerd*, *traurigschau*, *zwinker*) lassen sich aus dem Agieren im WWW und anderen online-basierten Kommunikationsformen nicht mehr wegdenken – mehr noch, sie schwappen teilweise auch bereits in den regulären Sprach- und Schreibgewohnheiten des Reallife über, lassen sich etwa bereits in Printmedien²¹ finden.

Und gerade im Bereich der CMC, wo es teilweise zur Koordination von gemeinsamen Aktivitäten kommt (Video-Spiele, elektronische Konferenzen, ...), besteht im Unterschied zu Chatrooms, News-Groups oder Web-Foren noch eine größere Bandbreite der sozio-emotionalen Färbung der übermittelten Information. Diesem Thema im Bereich der CMC haben sich bereits einige WissenschaftlerInnen gewidmet, die ihren Forschungsfokus auf den vermittelten Inhalt der computer-medierten Kommunikation gelegt haben. Denn auch hier gibt es große Unterschiede, ob etwa rein Aufgaben-spezifische oder sozio-emotionale Informationen ausgetauscht werden.

Thon (2006) untersuchte etwa die Kommunikationsgepflogenheiten während Ego-Shooter-Matches und konnte dort hauptsächlich aufgabenbezogene Unterhaltungen feststellen, was er auf den hohen Grad der verlangten Kooperation und den schnellen Spielfluss zurückführt. Trotzdem geben Thon (2006) und auch Morris (2006), die sich ebenfalls mit der Kommunikation in Ego-Shootern befasst, zu bedenken, dass sich sozio-emotionale Kommunikationen in der Ego-Shooter-Szene dafür in Foren, per Mail oder auf Clan-Webseiten abspielen. Peña (2004) wiederum vergleicht seine Untersuchungsergebnisse, die er durch Auswertung der Text-Messages im MMORPG *Jedi Knight II: Jedi Outcast* erhalten hat, mit jenen von anderen WissenschaftlerInnen, die Face-to-Face-Kommunikation, Computer-Konferenzen und elektronische Bulletin Boards untersucht haben. Das Ergebnis: Der Großteil der übermittelten Nachrichten (75%) in *Jedi Knight II: Jedi Outcast* war sozio-emotionalem Ursprungs und auch noch positiv gefärbt – also keine Anfeindungen gegen andere Spielende, wie man sie etwa nach Kieslers Ansichten über Social Cues Filtered Out (Kiesler 1986) erwarten hätte können.

Ein etwas weniger sozio-emotionales Bild zeichnen Ducheneaut und Moore (2004) bei ihrer Untersuchung des MMORPGs *Star Wars Galaxies*. Dort werden die Spielenden sogar

²¹ Etwa im Editorial des Videospieldmagazins consolPLUS Ausgabe #2, wo folgendes zu lesen ist: „Zum Wohle unserer Leser, und zu unserem eigenen, werden wir versuchen [...] den einen oder anderen exklusiven Deal ans Land zu ziehen.“ (consolPLUS 02/08, 3)

förmlich dazu „gezwungen“ miteinander zu interagieren, wenn sie spezielle Orte der virtuellen Welt aufsuchen – die für einen Erfolg im Spiel unumgänglich sind (beispielsweise Lokale, in denen sich die Lebensenergie der Avatare wieder auffüllt).

„Star Wars Galaxies is extremely successful; it is simply impossible to avoid talking with another human being. Even the most hardcore of Bartle’s achievers would have to exchange at least a few sentences with other players, or their character would perish for lack of healing, equipment, and other necessities.” (Ducheneaut und Moore 2004, 8)

Trotzdem gab es wenige soziale Interaktionen zwischen den Spielern und Spielerinnen, die nicht zweckgerichtet sondern sozio-emotional waren. Das liegt in den Augen der beiden Wissenschaftler an einem „Überdesign“ (Ducheneaut und Moore 2004, 8) der sozialen Räume, da manche Aktionen nur dort möglich sind. Als Folgeerscheinung gründeten viele SpielerInnen von *Star Wars Galaxies* ihre eigenen Städte im virtuellen Star Wars Universum, in denen sie nach eigenen Richtlinien geführte kleine soziale Sub-Gruppen betreiben – Ducheneaut und Moore beziehen sich bei jenen Personen auf die Socializers von Bartle (1996). In einer anderen Studie weisen Ducheneaut und Moore (2005) darauf hin, dass sich selbst bloß am Rollenspiel interessierte Gamer (wie sie etwa Utz (2000) unterteilte – eine genaue Beschreibung folgt im nächsten Kapitel) nicht um Kommunikation in irgendeiner Form „drücken“ können, wenn sie manche Aufgaben der virtuellen MMORPG-Welt lösen wollen.

„At a minimum talking with others helps to accomplish the game’s objectives (e.g. asking questions about the location of an object or creature). [...] As a result, gamers need to do much more than mindlessly accumulate experience points (xp); they also need to increase their social capital within the game’s society.” (Ducheneaut und Moore 2005, 91)

So müssen Spieler und Spielerinnen laut Ducheneaut und Moore (2005) nicht nur das Vokabular der Spielwelt beherrschen, für den bestmöglichen Erfolg in der virtuellen Welt, müssen sie sich auch in die Community des Games vertiefen, denn anders als in Ego-Shootern, werden Neulinge, beim Spielbetrieb nicht automatisch in eine vorhandene Gruppe eingereiht, sondern sind bei den ersten Schritten im Spiel völlig auf sich alleine

gestellt. Natürlich bleibt zu bedenken, dass Ducheneaut und Moore bei ihrer Untersuchung auch darauf hinweisen, dass sie natürlich keinen Einblick in spielexterne – soziale Gruppen hatten, also solche, die sich rund um das Spiel gebildet hatten (z.B. Mailing-Listen, Boards,...).

Das bedeutet also, dass Kommunikation in Online-Games auf verschiedenste Weise stattfindet, positiv (aber manchmal auch negativ) gefärbt sein kann, und – so scheint es – zwangsläufig zum genaueren Kennenlernen bzw. zur Beziehungsbildung führt. Doch wie kommt es überhaupt zur Bildung von Freundschaften durch CMC, und kommt es immer dazu, wenn Gamer in Spielen bzw NutzerInnen von CMC generell längere Zeit miteinander interagieren? Und wie entstehen Gruppen bzw. Communities durch bzw. rund um digitale Spiele? Dazu mehr im kommenden Kapitel.

7. Vom gemeinsamen Spiel zur virtuellen Gruppe

Wie etwa die im vorigen Kapitel besprochene Studie von Ducheneaut und Moore (2004) gezeigt hat, heißt miteinander online zu spielen nicht zwangsläufig auch emotional geprägte Kontakte mit anderen Spielern und Spielerinnen zu knüpfen. Zwar kommt es bei den meisten MOOs und MMORPGs zur Interaktion zwischen Spielenden, doch daraus müssen nicht unbedingt soziale Bindungen, wie man sie aus dem Reallife kennt, entstehen. Trotzdem gilt das Bild von vereinsamten SpielerInnen, die zuhause ganz alleine vor dem PC bzw. vor der Spielkonsole sitzen, als überholt: Sherry und Lucas (2003) behaupten sogar, dass häufiges Videospiele vergleichbar mit sozialen Aktivitäten des echten Lebens (z.B. Basketball spielen) sei – sich solche Rituale nun eben auch auf den virtuellen Raum ausstrecken würden. Sind also MOOs, MUDs und MMORPGs die Spielplätze und Kaffeehäuser der Moderne, in denen man Kontakte knüpft und diese dann auch pflegt?

Parks und Roberts (1998) fanden etwa heraus, dass knapp 94 Prozent der von ihnen befragten MMO-SpielerInnen persönliche Beziehungen – sogar Freundschaften und in begrenzten Fällen sogar Liebschaften – über das Online-Spiel etabliert haben. Yee (2006) konnte bei einer Befragung unter MMORPG-SpielerInnen beobachten, dass 39,4 % der Männer und 53,3 % der Frauen die reinen Online-Beziehungen als besser erachten würden, als so manche Reallife-Freundschaft; noch mehr empfanden die virtuellen Beziehungen als mindestens gleichwertig. Ähnliches berichtete auch Utz (2000), die die Entwicklung von sozialen Beziehungen in MUDs anhand der SIP-Theorie von Walther (1992) untersuchte. Hier berichteten 77 Prozent der 103 befragten User von Beziehungen zu anderen Spielenden, wodurch Utz Walthers SIP-Ansatz bestätigen und auch verschiedene Motivationen und Spielertypen ausdifferenzieren konnte (Personen, die vorrangig am Rollenspiel interessiert waren, Personen, die hauptsächlich im Spiel aufgingen und Quests erledigten sowie Monster töteten, eine dritte Gruppe, die sich aus Chattern und am Spiel Interessierten zusammensetzte, und eine Gruppe, deren Motive relativ unklar waren, da es sich hier hauptsächlich um skeptische Gamer handelte – jene Personen, die laut Utz bereits

vor dem Spielbeginn äußerst skeptisch in Bezug auf die Möglichkeiten zur Bildung von Beziehungen durch CMC eingestellt waren und deshalb in der Studie auch kaum solche aufbauten.

Dass die unterschiedlichen Herangehensweisen und Beweggründe, die bereits im 3. Kapitel „Gründe für den Besuch in der Cyberwelt“ besprochen wurden, einen starken Einfluss auf die Bildung und die Art von Beziehungen zwischen den Spielern und Spielerinnen haben, fanden auch Ducheneaut und Moore in einer Untersuchung gemeinsam mit Yee und Nickell (2006) genauer anhand des MMORPGs *World of Warcraft* heraus, dessen großer Erfolg oft mit den sozialen Möglichkeiten im Spiel begründet wird, wobei sie zu interessanten Ergebnissen gelangten. So kamen sie bei ihrer Untersuchung zu dem Ergebnis, dass die sozialen Gruppierungen in *World of Warcraft* stark von der verwendeten Charakterklasse des Avatars (Magier, Krieger,...) abhängig waren, da hier unterschiedliche Anforderungen an den Spieler und Spielerinnen gestellt werden. So waren nur 66 Prozent der Untersuchten in einer Gilde²², darunter weniger Spielende der Klasse Jäger, denn, diese sind mit einem kraftvollen virtuellen Haustier unterwegs (z.B. eine Raubkatze oder ein Saurier) und brauchen weniger Unterstützung gegen mächtige Feinde – sind in dieser Beziehung also nicht so stark auf „menschliche“ Begleiter angewiesen. Solche Gamer sind sich auch der Tatsache bewusst, dass man in *WoW* bessere Chancen zum Aufleveln des Avatars hat, wenn man alleine in den Kampf zieht und sich keiner Gruppe oder einem Raid anschließt. Deshalb gab es eine große Anzahl von Spielern und Spielerinnen, die sich erst zu Gruppen zusammenschlossen, wenn deren Figuren bereits so weit entwickelt waren, dass die zu erreichenden Gegner wirklich zu schwer für einen Alleingang waren (ab dem relativ hohen Level 43 waren bereits 90 Prozent in einer Gilde – viele aber nur als reines Mittel zum Zweck). Die Wissenschaftler beschreiben dies – in den Worten eines der von ihnen befragten Spielenden – als „*alone together*“ (Ducheneaut et al. 2006, 410). Nichtsdestotrotz sehen sie MMORPGs sowohl als Spiele als auch als Communities und begründen das „alleine-zusammen-Spielen“ durch drei Faktoren: Publikum, ein Gefühl der Sozialen Präsenz und das Spiel als eine Art Spektakel:

²² Ursprünglich die Bezeichnung einer Vereinigung von Kaufleuten steht der Begriff im Bereich der digitalen Spiele für eine virtuelle Mannschaft bzw. ein Team. Wird oft synonym mit Clan oder Allianz verwendet.

„To use an analogy, playing WoW is therefore like playing pinball in a crowded arcade, where spectators gather around the machine to observe the best players.“ (Ducheneaut et al. 2006, 415)

Man ist zusammen, spielt jedoch für sich alleine. Wie bereits Yee (2007) festgestellt hat, sind viele Aufgaben in Online-Spielen – speziell in MMORPGs nicht darauf ausgelegt, nur von einzelnen SpielerInnen absolviert zu werden, sondern setzen voraus, dass mehrere Gamer gleichzeitig agieren, um beispielsweise größere Monster zu eliminieren oder gegen große Armeen vorzugehen. Taylor geht genauer auf jene Beziehungsbildungen in MMOGs ein und findet Strukturen, die sich wie folgt abzeichnen (Taylor 2006, 37):

Solo:	Ein Gamer für sich alleine
Pickup Groups:	Eine Ansammlung von Gamern, die sich zufällig im Spiel oder in einem Begleit-Medium (zB. Forum) getroffen haben.
Friend Groups:	Befreundete Spieler und Spielerinnen, die sich im Spiel oder außerhalb (auch im realen Umfeld) getroffen haben und gemeinsam spielen, aber nicht unbedingt gemeinsam in einer Gilde oder Allianz sind.
Gilden und Allianzen:	Spielende, die sich gemeinsam in einer Gilde oder Allianz befinden.
Hybridgruppen:	Mischformen der oben genannten Gruppen
Raids:	Großansammlungen von Spielern und Spielerinnen, die aus mehreren Gilden bestehen können und dazu dienen gemeinsam gegen enorm übermächtige Gegner anzugehen.

Gilden verfügen über eine enorm straff organisierte soziale Struktur, die sich neben dem Spiel selbst auf Webseiten, in Foren und externen Chats abspielt. Wie Taylor (2006) beobachtet hat, haben Gilden-Mitglieder eine hohe Verantwortung gegenüber ihren Kollegen, müssen – um überhaupt aufgenommen zu werden – Tests über sich ergehen lassen, und das Wohl der Gilde in vielen Fällen sogar über ihre privaten Befindlichkeiten und Vorhaben stellen. Dadurch entsteht ein großer zeitlicher Aufwand.

Wie die Untersuchung von Ducheneaut et al. (2006) bestätigt, verbringen Gilden-Mitglieder deutlich mehr Zeit im von ihnen gewählten MMORPG – was ihre These des sozialen Drucks bestätigt. Wirklichen dauerhaften Kontakt haben diese Spieler und Spielerinnen laut der Untersuchung aber nur mit wenigen – kennen nur eines von vier Mitgliedern genauer und spielen sogar nur mit einem von zehn regelmäßig. Mit diesen werden jedoch oft stabile Quest-Gruppen gebildet, wobei man in Gilden mit Größen von 61 bis 120 Mitgliedern etwa drei solche Gruppen findet. Aber auch als Mitglieder in loseren sozialen Gefügen – beispielsweise im Spiel mit Freunden und Freundinnen - stehen Spielende laut Taylor unter permanenten Zugzwang der persistenten Welt.

„So, for example, a player who is away from the game for a couple of weeks may find that his level-25 character can no longer group with his friends‘ characters, which have now advanced to level 40.“ (Taylor 2006, 49)

Aber auch finanziell ist man „gefangen“ , wie Castronova meint:

„Once you have paid your membership fee, you are, in a sense, trapped in your current club, because going to a different club would involve high switching costs.“ (Castronova 2005, 139)

Wechselt man etwa von *WoW* zu einem anderen MMORPG, dann muss man erneut Mitgliedsbeitrag bezahlen, neue Netzwerke aufbauen und verliert zudem alle Freunde und soziale Kontakte, die man bereits in *WoW* angesammelt hat. Dabei ist Kommunikation, wie vorangegangene Kapitel aufzeigten und auch der empirische Teil dieser Arbeit zeigen wird, ein zentrales Element zur Organisation der gemeinsamen Aktivitäten. Es wird in öffentlichen Chats via Sprache oder Text kommuniziert oder Spielende schicken sich private Nachrichten. Diese Kanäle werden nicht immer dazu genutzt, direkt miteinander zu spielen, sondern, um einander Tipps zu geben oder sich Tauschgeschäfte auszumachen. Dazu müsste sich die Avatare der SpielerInnen nicht einmal in einem virtuellen lokalen Naheverhältnis befinden. Ähnlich funktioniert auch die Vergesellschaftung auf den Spielkonsolen Xbox 360 und PS3, wobei Rollenspiele dort bislang Mangelware sind und sich die gewonnenen Ansichten nur bedingt anwenden lassen. Dafür gibt es auf den

Konsolen einen regelrechten Boom was Ego-Shooter betrifft – ein Genre, das auch im PC-Sektor viele AnhängerInnen hat und eine etwas andere Basis zur Bildung virtueller Gemeinschaften offeriert. Kommunikation findet in den Shootern zwar ebenfalls während des Spieles direkt statt, doch wie Thon (2006) und Morris (2004, 2006) behaupten, wird Kommunikation zwischen den Spielenden dort hauptsächlich über den Game-Server und externe Kommunikations-Tools, wie ICQ, Message-Boards oder in Mail-Listen, betrieben. Wie sie zu bedenken geben, sind es bei Ego-Shootern gerade die Kommunikationen im Reallife oder in sonstigen CMC-Situationen, die nicht direkt im Spiel stattfinden, auch gerade jene, die eher von sozio-emotionalen Themen geprägt wären, weil das schnelle Spielprinzip Aufgaben-bezogene Unterhaltungen fördern würde. Und auch Morris (2004) unterscheidet in Clan-Mitglieder (entspricht in etwa Gilden oder Allianzen von MMORPGs) und nicht Clan-Mitglieder, die sich in ihren sozialen und kommunikativen Gewohnheiten unterscheiden würden. Während Nicht-Clan-Mitglieder häufig nur zum Spaß spielen, nehmen es Clan-Mitglieder professioneller, investieren mehr Zeit in das Spiel und pflegen auch engeren Kontakt zu ihren Mitstreitern.

Jene exzessive Ausübung des Hobbys führt wiederum dazu, dass sogenannte „*Power Gamer*“ (Taylor 2006, 81) ihre Spiel-Sessions bis ins kleinste Detail planen und organisieren, aber auch zu den am meisten sozialisierten SpielerInnen der virtuellen Welt gehören, da sie sich in Gilden bzw. Clans oder Gruppen befinden, Foren aufsuchen müssen und sogar Offline-Freundschaften mit MitspielerInnen pflegen.

„Power gamers rely on building strong social networks so they are able to call on help as needed, form well-balanced groups for particular tasks, and propagate raids. They are also quite clear on their need to be seen as good players, ones who can be counted on to valuably contribute to a group.” (Taylor 2006, 87)

Das führt laut Taylor nicht selten dazu, dass solche Power Gamer gleich gemeinsam von einem MMORPG zu einem anderen wechseln – beispielsweise von *Star Wars Galaxies* to *World of Warcraft*. Wenn solche Spieler und Spielerinnen sich miteinander unterhalten klingt es laut Taylor: *„[...] it almost appears as if they are speaking of work.”* (Taylor 2006, 88)

8. Theorie zu sozialen Strukturen in digitalen Spielen

Gruppen, Freundschaften, Netzwerke – im Zusammenhang mit Online-Games fallen oft Begriffe, die auch für die Beschreibung der Art oder Qualität menschlicher Beziehungen herangezogen werden. Doch inwieweit lassen sich im und um das digitale Spiel Beziehungen etablieren? Um diese Frage zu klären haben Forscher u.a. Thiedeke (2003) die Strukturen virtueller Beziehungen mit den etablierten Merkmalen sozialer Gruppen verglichen; ein in den Worten von Thiedeke „*schwieriges Unterfangen*“ (Thiedeke 2003, 34), denn nicht nur, dass es für die soziale Gruppe an sich mehrere theoretische Ansätze gäbe, es zeichne sich zudem auch ein Wandel der sozialen Gruppen ab. Dieser erfolge von einer gesamtgesellschaftlichen Bedeutung der Gruppe zu einem spezialisierten Prozess der Vergesellschaftung – bedingt durch die Neuausrichtung der Orientierung der Gesellschaft weg vom sozialen Stand hin zur Funktionalität, wie es Systemtheoretiker Luhmann (1984) sieht.

Dieser Verschiebung lässt via CMC zwar ganz neue Gruppen entstehen, die dabei oft vorherrschende Anonymität bringe jedoch neue Hürden mit sich. So stellen Heintz und Müller (2000) infrage:

„Weshalb sollten sich Menschen, die einander nie gesehen haben, über kulturelle Grenzen hinweg zusammenschließen und mit dem alleinigen Hilfsmittel einer (extrem reduzierten) schriftlichen Sprache persönliche Beziehungen und eine gemeinsame Identität aufbauen, zumal es in vielen Fällen keineswegs klar ist, wer sich hinter den Übernamen verbirgt und ob der Gesprächspartner überhaupt ein Mensch ist“ (Heintz und Müller 2000, 3)

8.1 Gruppen & Communities

Aber die Praxis straft die Theorie Lügen: Virtuelle Gruppen existieren und werden jeden Tag mehr in ihrer Anzahl. Aber wie kann man sich so eine Cyber-Gruppe vorstellen? Dazu ist es von Vorteil, den Ursprungsbegriff „Gruppe“ genauer zu umreißen, sowie Charakteristika festzumachen, und jene Theorie der Reallife-Gruppen dann in einen Kontext zu ihren virtuellen „Ebenbildern“ zu setzen.

Eine adäquate Definition von Gruppen geben etwa Schäfers und Kopp (2006, 97), die sie als angebbare Zahl von Mitgliedern beschreiben, die zur Erreichung eines Gruppenziels längere Zeit kontinuierlich interagieren, wobei eine gruppenspezifische Bindekraft in Form eines „*Wir-Gefühls*“ entsteht.

Dollhausen und Wehner (2003, 79) sehen in Gruppen die optionale Möglichkeit der Mitglieder für starke emotionale Bindungen sowie persönliche Selbstdarstellung und persönlich gefärbte Bindungen. Durch eine Beschränkung der Gruppengröße, könnten jedoch immer nur wenige von diesen Möglichkeiten profitieren. Außerdem kamen die beiden WissenschaftlerInnen bei ihrer Untersuchung zu dem Ergebnis, dass Online-Gruppen keinesfalls an die Stelle von Reallife-Gruppen treten, sondern diese im gewissen Maß ergänzen würden.

Zur Typisierung von Gruppen eignen sich die Begriffe der Primär- und der Sekundärgruppe (Cooley et al. 1933):

Primär- und Sekundärgruppen

Während Primärgruppen jene Face-to-Face-Kontakte des engen persönlichen Bereichs (Familien-, Spiel- und Freundesgruppen aber Nachbarschaftsbeziehungen) darstellen, handelt es sich bei den Sekundärgruppen um eher unpersönliche Kontakte, denen man zu einem gewissen Grad (un)freiwillig beitrifft (Kindergarten, Vereine, Arbeitsleben). Diese Gruppen haben mehr Mitglieder als ihre primären Pendanten sind im Gegensatz dazu aber relativ oberflächlich und wenig emotional. In vielen Fällen ist die Abgrenzung zwischen den beiden Gruppentypen aber nicht eindeutig zu tätigen. So auch in Bezug auf die über CMC gebildeten Gruppen, bei denen sich etwa aus den rein zweckgerichteten

Ansammlungen von Spielern durch vermehrte Interaktion sogar „echte“ Freundschaften bilden können, wie etwa Yee (2007) und Taylor (2006) aufzeigen.

Formelle und informelle Gruppen

Bei der Unterscheidung zwischen formellen und informellen Gruppen (Guckenbiehl, 1980), wird die Struktur der Gruppen zur Unterscheidung herangezogen. Dabei bilden formelle Gruppen ein großes organisatorisches, zielorientiertes Konstrukt, in dem sich jedoch kleine sozio-emotionale Untergruppen bilden können, also informelle Gruppen. Aufgrund der Dauerhaftigkeit der Beziehungen unterscheiden sich Gruppen von ähnlichen Systemen, wie etwa dem Interaktionssystem laut Luhmann (1984), bei dem die sozialen Beziehungen nur kurzfristig zustande kommen.

So betrachtet sind Interaktionssysteme etwas, das bei CMC häufig vorkommt, denn die virtuelle Gruppenbildung ist nicht unbedingt zwingend bei virtueller Vergesellschaftung. Sämtliche ausschlaggebende Faktoren wie Konstanz der Zugehörigkeit oder Verpersönlichung und Emotionalisierung der Kommunikation, die für Reallife-Gruppen wichtig erscheinen, werden im virtuellen Raum komplett anders ausgelegt: Online-Communities können nach Belieben gewechselt werden, pseudonymes und anonymes Agieren ersetzt Face-to-Face-Situationen, wodurch man sich der Identität und der zeitlichen Verfügbarkeit seiner KommunikationspartnerInnen nicht sicher sein kann – wie Thiedeke (2003) zu bedenken gibt, ist es also äußerst paradox, dass in diesem Umfeld Gruppen entstehen können. Becker (1999) führt die Bildung sozialer Systeme im Bereich der CMC aber darauf zurück, dass sich diese an die neuen Gegebenheiten anpassen:

„We suggest that social systems can emerge by computer-mediated communication and are shaped by the media of the specific environment.“ (Becker 1999, 60)

Um die Merkmale virtueller Gruppen zu verdeutlichen dient die folgende Übersicht ihrer wichtigsten Charakteristika im Vergleich zu jenen anderer sozialer Kommunikationssysteme nach Thiedeke (2003, 60):

	Interaktionssystem nach Luhmann	Soziale Gruppe	Virtuelle Gruppe	Organisation
Art der Interaktionskontakte	Diffus, keine persönliche Kenntnis der Interaktionspartner	Diffus, persönliche Kenntnis der Interaktionspartner	Diffus, persönliche Kenntnis virtueller Interaktionspartner	Formale Kenntnis der Interaktionspartner
Soziale Kommunikationsorientierung	Reaktiv mittelbar	Emotional unmittelbar	Emotional, soziotechnisch mittelbar	Funktional mittelbar
Steuerungsmedium der Kommunikation	Zufällige Aktionen und Reaktionen	Zielgerichtete Gefühlsäußerungen	Zielgerichtete Gefühlsäußerungen, technische Bedingungen	Zielgerichtete Satzungen
Zeitliche Stabilität	Kurzfristig	Relativ dauerhaft	Relativ dauerhaft	Dauerhaft statisch

Abb. 1. Einteilung der Gruppen nach Thiedeke

So identifiziert er drei Arten von Gruppen, die über das Internet kommunizieren:

- **Interaktionssysteme**, die durch die zufällige Anwesenheit von Personen durch spontane soziale Wechselwirkungen und ohne zwingende persönliche Kenntnis der Teilnehmer entstehen.
- **Soziale Gruppen**, von relativer Dauer mit teilweiser diffuser persönlicher Kenntnis der InteraktionspartnerInnen, aber mit sozio-emotionaler Komponente. Diese Gruppen können auch auf Face-to-Face-Gruppen basieren und ihre Aktivitäten online weiterführen.
- **Ad-Hoc-Gruppen**, von relativer Dauer mit zerstreuter, persönlicher Kenntnis der Interaktionspartner .

Andere Konzepte, wie etwa die virtuelle Community nach Rheingold (1994), fassen die sozialen Interaktionen über das Internet etwas weiter und definieren es folgendermaßen:

„Virtual communities are social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace“ (Rheingold 1998, Introduction)

Ein paar Jahre zuvor formulierte er es noch genauer:

„Eine virtuelle Gemeinschaft ist eine Gruppe von Menschen, die miteinander kommunizieren, die sich zu einem gewissen Grad untereinander kennen, in gewissem Maß Wissen und Informationen teilen und sich bis zu einer gewissen Grenze als menschliche Wesen umeinander kümmern, sich treffen und in erster Linie über Computernetzwerke miteinander kommunizieren.“ (Rheingold 1994, 256)

Damit sind laut Rheingold (1994, 1998) oder auch Stegbauer (2001) aber nicht bloß jene Leute gemeint, die auf Webseiten aktiv sind, oder Chats mitverfolgen, ohne wirklich am Geschehen teilzuhaben, sondern jene Personen, die sich aktiv am Geschehen beteiligen und miteinander kommunizieren. Oft begrifflich mit den virtuellen Communities gleichgesetzt und von vielen WissenschaftlerInnen (z.B. Stegbauer 2001) als brauchbares Messwerkzeug zur Beschreibung virtueller Vergemeinschaftung angesehen, findet man heutzutage den Begriff der – im Folgenden näher erläuterten – Sozialen Netzwerke, der sich allerdings insofern dadurch von Gruppen bzw. Communities unterscheidet, dass die TeilnehmerInnen des Netzwerkes nicht unbedingt engen persönlichen Kontakt miteinander pflegen müssen. Auch grenzt sich ein Soziales Netzwerk nicht unbedingt immer stark von seiner Außenwelt ab.

8.2 Soziale Netzwerke

Nun stellt sich jedoch die Frage, inwiefern jene zuvor beschriebenen Gruppen und Communities auch als Soziale Netzwerke gesehen werden können. Wellman (2003) gliedert die virtuellen Gruppen in die Sozialen Netzwerke ein, verweist aber darauf, dass die Bindung bei Gruppen eng auf einen abgegrenzten Bereich beschränkt und dicht verknüpft ist. Fast alle Netzwerkmitglieder stehen direkt miteinander in Beziehung (Wellman 2003, 127). Es gibt aber auch Netzwerke, bei denen die Beziehungen nur lose sind und lediglich ein geringer Teil der Mitglieder wirklich miteinander in Verbindung steht. Anhand der von ihm aufgestellten Charakteristika für Soziale Netzwerke (bei CMC) sollen im späteren Teil der Diplomarbeit auch die behandelten Medien und die daraus resultierenden Netzwerke beschrieben werden. Er gliedert in:

Dichte

Dabei wird die Vernetzung zwischen den einzelnen Mitgliedern betrachtet, auf welche Art sie miteinander in Kontakt stehen und wie(viel) sie kommunizieren. CMC unterstützt sowohl dichte als auch lockere offene Netzwerke – das gilt auch für PC-Games und Spielkonsolen.

Abgrenzung

Diese Eigenschaft beschreibt die Bindungen, die nur innerhalb der Grenzen des Sozialen Netzwerks ermöglicht werden. Während lose abgegrenzte Netzwerke Bindungen nach außen aufweisen, konzentrieren sich scharf abgegrenzte Netzwerke auf das Innere des Netzwerks. Viele Computer- und Konsolen-Netzwerke verfügen über schwache Bindungen – auch Weak Ties genannt. Ihre Mitglieder haben auch noch Kontakt zu anderen sozialen Kreisen und Netzwerken. Auch ist in schwachen Netzwerken die Kontaktaufnahme zu Unbekannten aufgrund geringerer Bedenken einfacher – eine Folge verringerter Sozialer Präsenz, wie sie etwa bei der Kommunikation durch elektronische Nachrichten (z.B. E-Mails der Fall ist). Etwas, das auch Kiesler et al. (1984) bei Untersuchungen zum, im Kapitel 5.5 behandelten, Social Cues Filtered Out Ansatz erkannt haben.

Reichweite

Dieses Charakteristikum beschreibt laut Wellman (2003) die Größe und Heterogenität der Population innerhalb des Netzwerkes. Je größer ein Netzwerk, desto mehr Verbindungen zwischen den Mitgliedern muss es geben, damit das Netzwerk aufrecht erhalten werden kann. Im Fall von Computer- oder Konsolennetzwerken wird die Reichweite von Netzwerken enorm erhöht, da die Technik Kommunikation über Zeitzone- und Ländergrenzen hinweg ermöglicht.

Ausschließlichkeit:

Hier geht es laut Wellmann (2003) um die Interaktion bzw. Kommunikation innerhalb des Netzwerkes und ob diese bloß zwischen wenigen Kommunizierenden stattfindet, oder ob die einzelnen Kontakte auch für die anderen Netzwerkmitglieder verfügbar sind. Es wird zwischen eingeschränktem und offenem Zugang zur Interaktion bzw. Kommunikation unterschieden. Während es im realen Leben – etwa in dichten abgegrenzten Gruppen wie Verwandtschaftsbeziehungen – hinsichtlich Kontrolle über Zugang und Interaktion üblicherweise wenig Auswahl gibt, existieren bei Computer- und Konsolennetzwerken mannigfaltige Einstellungen. Chats auf Konsolen (und über das Internet) bieten beispielsweise private Kanäle, unbeliebte Netzwerkmitglieder können einfach ausgeblendet werden und auch der Zugang zu Foren oder Spielsessions ist oft nicht jedermann möglich. Auf der anderen Seite gibt es jedoch auch viele offene Spielsessions oder Webforen, die für alle User zugänglich sind.

Soziale Kontrolle

Die soziale Kontrolle beschreibt, inwiefern Kontakte und Beziehungen durch Netzwerk-externe Faktoren unterstützt, reglementiert und überwacht werden. Hier gilt: Je dichter das Netzwerk, desto größer vermutlich die soziale Kontrolle. Bei der CMC variiert die Kontrolle von nicht vorhanden bei privaten E-Mails bis hin zur strikten Überprüfung des Verhaltens in Chat-Rooms oder MUDs durch teilnehmende Administratoren. Solche Verfahren sind auch bei der CMC über Spielkonsolen und in PC-Games zu finden: Hier findet sich oft ein mit der sogenannten „Netiquette“ (Verhaltensregeln in Chats oder Foren) vergleichbares System.

Bindungsstärke

Wellman (2003) differenziert hier zwischen starken und schwachen Bindungen (Strong Ties und Weak Ties). Während starke Bindungen emotionale Unterstützung, Zusammenkunft und ein Gefühl der Gemeinschaft in sich bergen und auch fördern, können schwache Bindungen andere soziale Bereiche erschließen. Generell beschreibt er computergestützte Bindungen als solche hoher Multiplexität, doch würden sie die Entstehung spezialisierter Beziehungen fördern (Wellmann 2003, 149). Schwache Bindungen kommen ohne Zwang aufgrund von gemeinsamen Interessen zustande und profitieren von der Bereitschaft der Netzwerkmitglieder, miteinander kommunizieren zu wollen. Ausschließlich online aufrecht erhaltene Beziehungen sind in seinen Augen zu großen Teilen „*intime Sekundärbeziehungen*“ (Wellman 2003, 150), also recht starke, informelle Bindungen. Nach dem SIP-Modell (Walther 1992, 1994) und dem Modell der Hyperpersonalen Perspektive (Walther 2000) können aus solchen losen Verbindungen im Laufe der Zeit allerdings starke Verbindungen entstehen; Dollhausen und Wehner (2003, 79) bemerken aber, dass es zu einem Zusammenbruch des sozialen Netzes kommen kann, sobald die Kommunikation beeinträchtigt werde oder wichtige Knotenpunkte verloren gingen. Etwas, das man bei virtuellen Netzwerken leicht nachvollziehen kann. Man stelle sich nur einmal vor, das Internet würde mehrere Tage ausfallen: Keine E-Mails, keine Foren, keine Websites, auf denen man sich über aktuelle Neuigkeiten informieren kann. Hier würden sich sicherlich viele Menschen erheblich beeinträchtigt fühlen. Oder auch im realen Einzelfall: Im Gespräch mit Konsolenspielern und Spielerinnen wurde dem Autor dieser Diplomarbeit davon berichtet, dass sich Spielende, deren Xbox 360 dem Konsolengebrechen „Ring of Death“²³ erlegen war, und die aufgrund der Reparatur längere Zeit keine Spielkonsole – und somit keinen Zugang zu ihrer Xbox LIVE Community hatten, merkbar in ihrer Lebensqualität eingeschränkt und von ihrem sozialen Leben abgeschnitten gefühlt hätten.

Will man die Qualität solcher Beziehung nun messen, steht man vor einer gar nicht leichten Aufgabe, wie das nächste Kapitel veranschaulichen wird.

²³ Hierbei handelt es sich um einen „serienmäßigen“ Fehler, der frühe Versionen der Xbox 360-Konsole unbrauchbar machte. Die Bezeichnung leitet sich von der runden roten Fehleranzeige ab. Mehr dazu und die Kommentare von unglücklichen SpielerInnen kann man im Forum der Website The Escapist lesen, welches sich hier findet: <http://www.escapistmagazine.com/forums/read/18.83143> (Stand: 20. Mai 2009)

8.3 Beziehungen in Sozialen Netzwerken

In den bisherigen Kapiteln wurde oft das Wort „Beziehung“ verwendet. Doch was verstehen WissenschaftlerInnen eigentlich genau darunter? Eine ausgewählte Definition des Begriffs besagt, dass Personen eine soziale Beziehung führen, wenn sie

„wiederholt miteinander Kontakt haben, also mehrfach zeitversetzt kommunizieren oder zeitgleich interagieren. Im Unterschied zum sozialen Kontakt als Einzelereignis erstrecken sich soziale Beziehungen über mehrere Zeitpunkte, so dass jeder einzelne Kontakt sowohl von den vorausgegangenen, als auch von der Erwartung zukünftiger Kontakte beeinflusst wird.“ (Döring 2004, 253).

Zur Verdeutlichung der Beziehungen, und gleichzeitig als Zusammenfassung der in den vorangegangenen Kapiteln behandelten Arten von Gruppen und Netzwerken, soll die folgende Tabelle nach Döring (2004, 255) dienen:

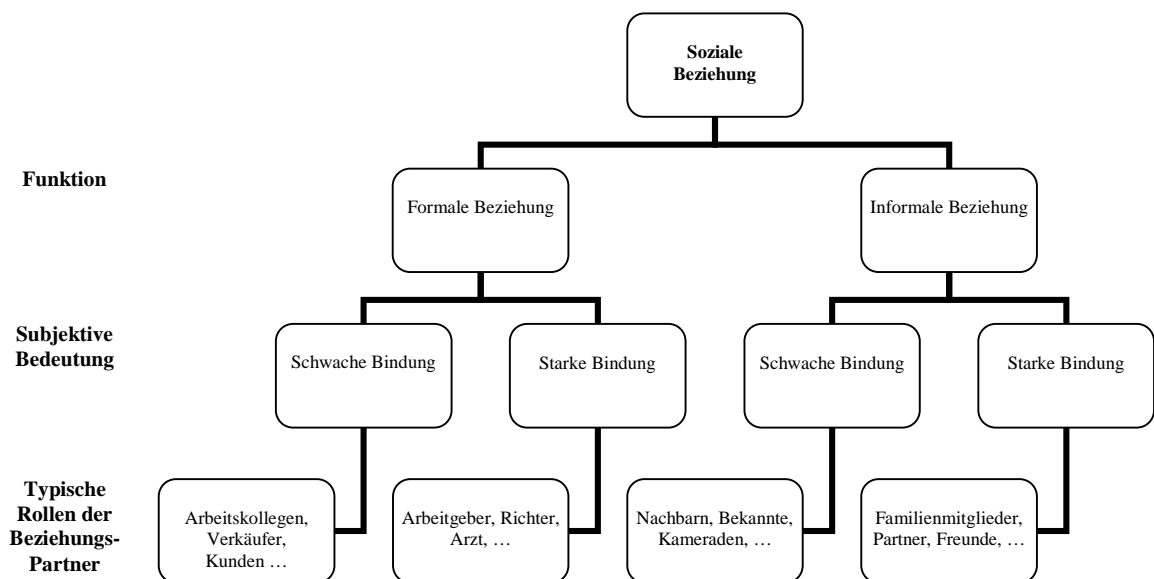


Abb. 2. Gruppen & Netzwerke nach Döring

Will man jene Beziehungen von Personen in Gruppen bzw. Netzwerken aber begreifbar machen – sie messen – führt dies allerdings zu allerlei Schwierigkeiten. Hauptsächlich durch Gefühle – also psychische Merkmale – geprägt, kann man sie mit regulären Maßstäben kaum bis gar nicht messen und muss daher an einer Annäherung über andere Punkte arbeiten. Stegbauer (2001) postuliert etwa, dass jeder einzelne

Kommunikationsprozess zum Aufbau der Beziehung dient, dauerhafte kommunikationslose Phasen lassen die Beziehung verblasen:

„Eine Auffrischung einer Beziehung ist also nur durch einen kommunikativen, also gegenseitigen Akt möglich. In diesem Falle wird die Beziehung aus dem Zustand der Latenz herausgehoben und aktualisiert. Bei diesem Anlass kann sich keiner der Partner ohne weiteres zurückziehen. Beide sind gefordert.“ (Stegbauer 2001, 159)

So lässt sich das Gefühl des Zusammenhaltens nicht direkt messen, sondern muss mittels verschiedenen Indikatoren herausgearbeitet werden, die Stegbauer in Interaktionsfrequenz und Interaktionsdauer sieht. Weitere Indikatoren sind nach Brass (1995, nach Stegbauer 2001, 160):

Indirekte Verbindungen:	Wenn es einen Vermittler zwischen zwei AkteurInnen des Netzwerkes gibt.
Frequenz:	Die Häufigkeit, mit der die Verbindung stattfindet.
Stabilität:	Gibt an, wie lange die Verbindung besteht.
Multiplexität:	Ist vorhanden, wenn zwei AkteurInnen über mehr als eine Hinsicht miteinander verbunden sind.
Stärke:	Fasst die investierte Zeit, Intensität der Emotionen und Intimität zusammen, wobei auch die Stärke oder die Multiplexität oft als Anzeichen der Stärke herangezogen werden.
Richtung:	Gibt an, wie der Kommunikationsfluss zwischen den einzelnen AkteurInnen vonstatten geht.
Wechselseitigkeit oder Symmetrie	Der Grad, in dem eine Beziehung in zwei Richtungen geht.

Diese neun Indikatoren erscheinen praktikabel zur Analyse virtueller Netzwerke – und werden zum Teil auch in spätere Teile dieser Diplomarbeit einfließen.

8.4 Netzwerke im WWW, in Games und auf Konsolen

Abgesehen von den Gruppen, Communities und Netzwerken, die später in den einzelnen Kapiteln zu Online-Konzepten bei PC-Spielen und Konsolen besprochen werden, finden sich aktuell auch viele Möglichkeiten für virtuelle Gruppen im World Wide Web. Foren, Newsgroups, Chatrooms, aber auch moderne – sogar als solche bezeichnete – Soziale Netzwerke, wie Xing²⁴ (sprich: Crossing), StudiVZ, MySpace²⁵ oder Facebook (um nur ein paar Beispiele zu nennen) laden die Benutzenden oft nicht nur zur Kommunikation miteinander ein, wie dies bei Chatrooms und Foren der Fall ist, sondern erlauben es sogar, eigene Profilseiten zu erstellen, nach ebenfalls registrierten Bekannten zu suchen (man kann sich Beziehungen sogar via Schaubild veranschaulichen lassen), um sie danach in eine Freundesliste aufzunehmen, in deren Bekannten-Listen zu stöbern, oder sich gegenseitig Nachrichten zu schicken, bzw. direkt in einen Chat miteinander zu treten, um synchron miteinander zu kommunizieren. Via Statusbericht ist es besonders mitteilbaren Individuen sogar möglich, sekundengenau darüber zu informieren, was man gerade macht, wie man sich fühlt, oder welches Foto man gerade per Handy-Kamera geschossen und ins Netz gestellt hat – sodass sich bei vielen Usern ein Gefühl der im Kapitel 5.2 besprochenen Awareness und Connectedness einstellt.

Eine Steigerung der „Verbundenheit“ über CMC bieten Programme wie Twitter²⁶, die man via Internet oder Handy benutzen kann. Durch dieses Programm können User – ähnlich wie bei Facebook und Ähnlichem – ihre Statusberichte auf den Twitter-Server laden. Dort können User auf der Website jederzeit nachlesen, was ihre Twitter-Kontakte gerade erleben, oder aktuelle Fotos betrachten. Und wer sich keine – auch noch so unbedeutende – Information aus dem Freundeskreis entgehen lassen möchte, der kann sich die aktuellen Neuigkeiten sogar via SMS oder Internetverbindung auf das Mobiltelefon schicken lassen. Wie im Zuge der Electronic Entertainment Expo 2009 in Los Angeles bekannt wurde, wird die Microsoft-Spielkonsole Xbox 360 in Zukunft die Möglichkeit zur Kombination von Spielerdaten und Facebook- sowie Twitter-Profilen ermöglichen, wodurch sich die bislang

²⁴ Zu finden auf: <http://www.xing.com> (Stand: 21. Jänner 2009)

²⁵ Zu finden auf: <http://www.myspace.com> (Stand: 21. Jänner 2009)

²⁶ Zu finden auf: <http://www.twitter.com> (Stand: 21. Jänner 2009)

getrennten Awareness-Systeme des World Wide Webs und der Xbox Live Community, die hauptsächlich über die Konsole zugänglich war, nun überkreuzen. Und auch Nintendo wird demnächst ermöglichen, dass mit der tragbaren Spielkonsole Nintendo DSi, welche über eine Kamera-Funktion verfügt, geschossene Bilder direkt auf ein Facebook-Profil geladen werden können.

Solche Netzwerke bieten Spielraum für Weak Ties aber auch für Strong Ties und führen nicht nur Reallife-Beziehungen digital weiter, sondern bieten Gelegenheit, lange verlorene Kontakte zu revitalisieren und wieder stabilere und dauerhaftere Beziehungen aufzubauen – etwa zu ehemaligen Schul- oder ArbeitskollegInnen.

Plattformen wie Xing erweitern das Soziale Netzwerk um eine berufliche Ebene, da hier Ausbildung und Beruf im Vordergrund stehen – wodurch die soziale Komponente neben der Möglichkeit zum Finden neuer MitarbeiterInnen eher in den Hintergrund tritt. Jene Netzwerke bilden oft eine logische Ergänzung zu den in MMORPGs oder auf Konsolen existierenden Gruppen und helfen teilweise auch dabei, dass deren User miteinander in Kontakt treten. So bietet die Website von consol.AT bzw. consolPLUS²⁷ etwa nicht nur ein Message-Board und Möglichkeiten zum Erhalt von Twitter-Nachrichten, sondern überdies – nicht nur im Forum – sondern auch als eigene Rubrik auf der Seite eine Sektion, in der User ihre Konsolen-Nicknames bzw. Wii-Freundescodes registrieren können. Bei den registrierten Xbox 360- und PS3-Usern erfolgt dann gewissermaßen eine Spiegelung ihrer auf den Konsolen vorhandenen Profilen: Man kann sich über ihre gespielten Spiele und die darin erzielten Erfolge informieren, aber auch direkt Nachrichten austauschen oder über das Forum der Website Kontakt zu den Usern aufnehmen, wenn man mit ihnen spielen möchte. Etwas, das sonst bisher nur mühsam über Foren oder direkt über die Konsolen möglich gewesen ist.

²⁷Zu finden auf consol.AT: <http://www.consol.at> bzw. <http://www.consolplus.de> (Stand: 1. Juni 2009)

9. Zusammenfassung Theorie

Wie die vergangenen Seiten gezeigt haben, gibt es mannigfaltige Gründe, warum Spieler und Spielerinnen diverse Spielgenres bevorzugen und über das Internet miteinander spielen, und es braucht zudem etliche Punkte, die erfüllt sein müssen, damit sich die NutzerInnen von digitalen Spielen in den virtuellen Welten verlieren, das Gefühl der Präsenz empfinden oder völlig eintauchen – Immersion – und danach vielleicht gar nicht mehr aus ihrem Avatar schlüpfen wollen, wenn der Flow sie so sehr gepackt hat, dass erst Hunger oder Verwandte sie wieder aus den Cyberwelten ins reale Diesseits zurückzuholen vermögen.

Beispiele, wie dieses Phänomen bei modernen Konsolen und ihren Spielen bzw. im Computer-Gaming forciert wird, werden deshalb in den nächsten Kapiteln genauer behandelt werden. Ein nicht zu vernachlässigendes Element im Online-Gaming-Prozess und auch wichtiger Bestandteil der Presence an sich stellt auch die Soziale Präsenz dar – also jenes Gefühl, dass man mit anderen Personen, aber vielleicht auch mit NPCs interagiert und kommuniziert.

Diesem Phänomen widmet sich schon seit den 1970er Jahren die Social Presence Theory von Short et al. (1976), die mittlerweile von anderen WissenschaftlerInnen verfeinert und an die modernen elektronischen Kommunikationsmöglichkeiten angepasst wurde. Diese Theorie eignet sich hervorragend dazu, die Förderung der Presence durch die unterschiedlichen Kommunikationsmöglichkeiten und Kanäle von PC- und Konsolen-(Spielen) zu beschreiben und ihre Auswirkung auf die Gruppen- bzw. Netzbildung in moderner Gaming-CMC zu erläutern, denn je umfangreicher die Möglichkeiten der interspielerischen Interaktion bzw. Kommunikation sind, desto größer sind auch die Chancen, dass neben Interaktionssystemen (Luhmann 1984) oder Ad-Hoc-Gruppen (Thiedeke 2003) komplexere Gruppierungen bis hin zu Sozialen Netzwerken entstehen können.

Weitere behandelte Theorien wie der SIP-Ansatz von Walther (1992, 1994), die Hyperpersonale Perspektive (Walther 2000) oder die Theorie der Elektronischen Nähe von Korzenny (1978/ 2002) erscheinen praktikabel, um die entstehenden Beziehungen – wie sie ebenfalls theoretisch umrissen wurden – genauer zu beleuchten. Um die technischen Gegebenheiten jedoch genauer durchblicken zu können, ist es wichtig, vor dem empirischen Teil einen genauen Blick auf die technischen Voraussetzungen und die Online-Konzepte der einzelnen Spielplattformen zu werfen.

10. Die Online-Konzepte bei PC-Spielen

Generell sind die Online-Spielmöglichkeiten auf dem PC denen von Konsolen nicht unähnlich. Abgesehen von den derzeit noch vorwiegend auf PC zu findenden MMORPGs, lassen sich – abhängig vom jeweiligen Spiel-Genre – eigentlich dieselben Arten von Mehrspielermodi auffinden. Darunter etwa Wettkämpfe bei Renn- oder Sportspielen, an Brettspiele erinnernde Matches in Strategie- oder Aufbau-Games wie beispielsweise bei *Starcraft*²⁸, oder die typischen Death-Matches bei Ego-Shootern. Nicht zu vergessen Kooperations-Modi, bei denen Spieler und Spielerinnen im gemeinsamen Online-Multiplayer dem Storyverlauf ihres Spiels folgen. Als Beispiel sei hier etwa das Action-Spiel *Gears of War*²⁹ genannt, bei dem sich zwei Spielende gleichzeitig einem futuristischen Abenteuer stellen konnten. Das Entstehen von Beziehungen zwischen den SpielerInnen wird hier vom jeweiligen Spielgenre begünstigt: Während man bei Rennspielen oder Aufbau-Games, bei denen die Begegnungen zwischen den Gamern (mit Ausnahmen) größtenteils nur einmalig bleiben, lediglich von Interaktionssystemen bzw. Quasi-Gruppen sprechen kann, bieten Online-Rollenspiele bereits im Spiel genug Platz zum Kennenlernen neuer Personen, wodurch – und natürlich auch durch gemeinsam zu erledigende Spielziele – das Entstehen von Beziehungen begünstigt wird. Aber auch Ego-Shooter, bei denen im Spiel aufgrund des schnellen Spielprinzips eigentlich hauptsächlich Platz für kurze sachbezogene Kommunikation bleibt, kommt es durch den Wettbewerbscharakter der Multiplayer-Matches zur Bildung von Gruppen bzw. Clans, die sich zur Organisation jedoch andere Kommunikations-Kanäle abseits des Spiels suchen müssen. Und davon gibt es im PC-Bereich eine ganze Menge, da PCs im Gegensatz zu Konsolen weit offenere technische Anordnungen darstellen, die von den BenutzerInnen selbst in puncto Hardware- und Software-Spezifikation modifiziert werden können. Deshalb haben SpielerInnen hier weit mehr Möglichkeiten miteinander in Kontakt zu

²⁸ *Starcraft* ist ein Echtzeit-Strategiespiel von Blizzard Entertainment, welches 1998 (1999 in Europa) auf den Markt kam. Aufgrund seines gelungenen Spielprinzips im Single und vor allem im Mehrspieler-Modus wird es noch immer auf diversen E-Sports-Veranstaltungen wie den World Cyber Games in Korea gespielt; mehr dazu siehe: <http://blizzard.de/starcraft/> (Stand: 2.1.2009)

²⁹ *Gears of War* ist ein erfolgreicher, in einem Sci-Fi-Setting angesiedelter Third-Person-Shooter von Epic Games und bietet einen Online-Kooperationsmodus, bei dem zwei SpielerInnen gleichzeitig am Hauptabenteuer teilnehmen können.

treten. Nicht nur, dass das Internet über Webbrowser jederzeit – ohne Wechsel von der Konsole zum Computer – und vor allem bequem mit Maus und Tastatur besucht werden kann, um Foren oder Chat-Räume zu nutzen; die Spieler und Spielerinnen können sich auch optionale Zusatzsoftware auf ihren Rechner installieren, die – ähnlich wie die Freundeslisten auf Xbox 360 – zur Schaffung eines virtuellen Freundeskreises beiträgt. Begonnen mit generellen Kommunikationstools, wie Skype, MSN-Messenger oder ICQ, bringen Software wie Teamspeak oder Ventrilo einen Spieler- und Spielerinnen-bezogenen Zugang zur Gamer-Klientel und ermöglichen in ihrer Rolle als Awareness-Systeme ebenfalls eine ständige Erreichbarkeit – sofern der Computer eingeschaltet ist und die Software aktiviert wurde.

Beide letztgenannten Programme fallen in die Kategorie von Voice-over-IP-Werkzeugen und bieten den Nutzern und Nutzerinnen die Möglichkeit zur akustischen Kommunikation mit SpielkameradInnen bzw. FreundInnen. Das Softwarepaket besteht aus zwei Komponenten, dem Clientprogramm, das der einzelne User auf seinem Rechner installiert haben muss, um Ventrilo zu nutzen, und das Serverprogramm, das auf dem Rechner, der als Server fungiert, laufen muss. Beim Programmstart werden das Benutzerprofil und der Server, mit dem verbunden werden soll, ausgewählt. Sobald die Verbindung hergestellt ist, wird der Spieler bzw. die Spielerin in den im Programm eingestellten Channel geschaltet und kann sich von nun an mit den anderen Spielern und Spielerinnen in diesem Kanal unterhalten. Um sich mit anderen Spielenden zu unterhalten, werden Mikrofon und Lautsprecher benötigt.

Teamspeak ermöglicht im Gegensatz zu Ventrilo die synchrone Kommunikation von weit mehr Personen, läuft aber mit einer gewissen Verzögerung und wird deshalb vorwiegend bei MMORPGs, wie *World of Warcraft*, eingesetzt. Ventrilo – mit einer Beschränkung auf acht User pro Kanal – arbeitet beinahe ohne zeitlichen Verlust und wird daher hauptsächlich bei Spielen benutzt, bei denen Sekunden über einen Gewinn oder Verlust entscheiden können – wie es etwa bei Ego-Shootern, wie *Counterstrike*, der Fall ist.

Diese Programme bieten jedoch ein wesentlich eingeschränktere Menüführung wie etwa Skype oder ICQ (bei dem man Kontakte einfach nach Namen oder Spitznamen bzw. Mailadressen suchen kann), sodass Spieler und Spielerinnen bereits im Vorfeld Treffen im Programm verabreden müssen, oder sich auf bestimmte Kanäle einigen, die anschließend

von speziellen Game-Teams oder Clans besucht werden. Viele Spieler und Spielerinnen loggen sich jedoch gar nicht aus und sind durch ihre Teilnahme am Tool jederzeit erreichbar. Im Unterschied zu Instant Messengern oder andern VoIP-Programmen entfällt jedoch meist die Möglichkeit der privaten Unterhaltung zweier Personen, da die Kanäle darauf ausgelegt sind, die auditiven Informationen allen eingeloggten Usern zugänglich zu machen. Eine neue Version von Teamspeak verfügt jedoch bereits über die Einstellungsvariante zum Private-Chat. Mehr Funktionen erhalten die User auch dann, wenn sie sich entschließen kostenpflichtige Varianten der Tools zu nutzen.

Obwohl viele aktuelle Spiele (z.B. der Ego-Shooter *Call of Duty 4* oder nach einem Patch auch *World of Warcraft*) bereits über eine eingebaute Voice-Chat-Funktion verfügen, werden spielexterne Kommunikationstools noch immer häufig genutzt, weil sich die User mittlerweile daran gewöhnt haben, was auch die spätere Auswertung der Online-Befragung zu dieser Diplomarbeit zeigen sollte. Um dem Leser eine Vorstellung der Kommunikation in modernen Computer-Spielen zu geben, beschreiben die folgenden Seiten die populären PC-Games *World of Warcraft* und *Counterstrike*, die jeweils als Paradebeispiele für ihre jeweiligen Genres gelten, genauer, und geben auch einen Überblick über die Kommunikation und Gruppenbildung in den beiden Spielen.

10.1 World of Warcraft

Das im Jahr 2004 von Blizzard Entertainment veröffentlichte Massively Multiplayer Online Role-Playing Game basiert auf der bekannten Strategie-Game Reihe *Warcraft* und setzt die Story des 2003 veröffentlichten Spiels *Warcraft III: The Frozen Throne* fort. Bereits im Vorfeld wurde der Titel dermaßen gehypt, dass viele SpielerInnen am Verkaufstag vor leeren Regalen standen. Alleine in Europa gingen am ersten Tag um die 300.000 Exemplare über die Ladentheke. Mittlerweile existieren über elf Millionen³⁰ *WoW*-Konten, das Spiel ist das weltweit meistgespielte MMORPG. Ein Grund für die weite Verbreitung ist in den geringen Hardware-Anforderungen zu suchen, die das Spiel an die NutzerInnen stellt³¹.

Wie bei Rollenspielen üblich, durchstreifen die SpielerInnen mit ihrem Avatar (aus der Third-Person-Perspektive) eine Fantasywelt und nehmen dort sogenannte Quests (insgesamt existieren über 7000 davon), also Aufgaben an, die sie danach – alleine oder in Gruppen - erledigen müssen, um Erfahrungspunkte und Schätze zu sammeln. Mit Erfahrungspunkten steigt der Spielcharakter in einem Level-System und erlernt neue Fähigkeiten. Die fantastische Welt von *World of Warcraft* ist nicht nur von computergesteuerten Monstern und Charakteren bewohnt, sondern lebt hauptsächlich davon, dass sich Spielende online in die Geschehnisse einklinken und mit- oder gegeneinander agieren. Neben den normalen – für alle Spieler und Spielerinnen gleichzeitig zugänglichen – Arealen existieren auch instanziierte Gebiete. Jene Areale sind Austragungsort zeitlich getimter Großgruppen-Events, wie Schlachten gegen riesige Untiere. Andere Events stellen die sogenannten Schlachtfelder dar, auf denen Spielende gegeneinander in den Kampf ziehen. Die dabei gewonnenen Ehrenpunkte werden zum Kauf neuer, seltener Gegenstände benötigt. Solche Veranstaltungen werden im Spiel selbst oder auf bestimmten Webseiten und Foren angekündigt, denn obwohl sie eigentlich jederzeit über einen NPC (Non Player Character, also eine computergesteuerte Figur) zugänglich sind, braucht es erst eine bestimmte Anzahl an Spielern und Spielerinnen, die

³⁰ Zahlen laut Presseaussendung von Blizzard Entertainment vom 23. Dezember 2008
<http://eu.blizzard.com/de/press/081223.html> (Stand 23. Dezember 2008)

³¹ Zu finden auf der offiziellen *WoW*-Website unter: <http://www.wow-europe.com/de/requirements/technical.html> (Stand. 1. Jänner 2009)

gemeinsam als Gruppe die Instanz oder das Schlachtfeld betreten – was wiederum die Bildung von sozialen Kontakten und Beziehungen fördert.

Bereits im Vorfeld findet eine Unterteilung der SpielerInnengemeinde statt (=> Abgrenzung und Reichweite als Merkmale sozialer Netzwerke in CMC nach Wellman (2003)). Die Spielfigur kann relativ frei gestaltet werden: Neben einer bestimmten Spezies und der Zuordnung zur freundlich gesinnten Allianz, oder der brutalen Horde, existieren auch verschiedene Charakterklassen wie beispielsweise Krieger, Druiden oder Priester, die jeweils über unterschiedliche Eigenschaften verfügen – was, wie Ducheneaut et al. (2006) festgestellt haben, auch Einfluss auf die Kommunikationsgewohnheiten und die sozialen Beziehungen über das Spiel haben kann. Nachdem ein Charakter erstellt wurde, müssen sich die SpielerInnen entscheiden, in welchem Königreich (Realm) die Spielfigur beheimatet sein soll. Nicht nur die Landes-Sprache ist hier ein Ausschlag gebendes Kriterium, sondern auch die Frage, ob die Spieler und SpielerInnen einen der folgenden Server bevorzugen:

- PvE-Server: Die Abkürzung steht für Person versus Environment und bedeutet, dass die SpielerInnen nur in Kämpfe gegen andere Spielende verwickelt werden können, wenn beide Parteien einem Duell zustimmen, oder sich eine Partei im Revier der anderen aufhält. Sonst können nur CPU-Gegner attackiert werden.
- PvP-Server: Die Spielwelt ist in Zonen unterteilt und nur in sogenannten freundlichen Gebieten, bleiben die SpielerInnen von Duellen verschont. In den „umkämpften Gebieten“ besteht dazu jederzeit die Gefahr. Wie der Name Person vs. Person schon sagt, kämpfen hier die Mitglieder der Allianz oder der Horde jederzeit gegeneinander. Da die SpielerInnen in der PvP-Umgebung jederzeit bei der Ausführung ihrer Aufträge behindert werden können, gestaltet sich hier das Spielerlebnis etwas schwieriger – und legt nahe, dass man dieses noch eher mit anderen Personen im Team erledigt.
- RP-Server: Bei diesen Rollenspiel-Servern, die sowohl PvP- als auch PvE-Charakter haben können, wird besonders Wert darauf gelegt, dass die Regeln, des *World of Warcraft*-Universums eingehalten werden. Sprache und Verhalten sind besonders an die fiktive Welt angepasst und müssen von den SpielerInnen ebenso eingehalten werden, wie andere Grundregeln, mit denen die SpielerInnen ohne RP-Server nicht konfrontiert werden. SpielleiterInnen sorgen dafür, dass die Spielenden auch wirklich ihre Rollen ausleben, so wie es die Regeln von Blizzard Entertainment festlegen (=> soziale Kontrolle nach Wellman 2003).

Da die Verwaltung der von Blizzard Entertainment bereitgestellten Server und Infrastrukturen relativ kostenaufwändig ist, fallen für die Spielenden von *World of Warcraft* monatliche Kosten von etwa 12 bis 13 Euro an. Außerdem fallen Zusatzkosten (rund 20,- Euro) an, wenn die User ihren Charakter in ein anderes Königreich übertragen oder den Namen ändern wollen (rund 8,- Euro)³². So bleiben SpielerInnen meist schon aus finanziellen Gründen ihrem gewählten Spiel und den daraus resultierenden sozialen Beziehungen treu.

³² Eine genaue Aufstellung der Kosten für das Spiel *World of Warcraft* finden sich auf der offiziellen Website: <http://www.wow-europe.com/de/requirements/subscription.html> (Stand: 1. Juni 2009)

10.2 Kommunikation in World of Warcraft

Da bei einem Gruppen-orientierten Spiel wie *World of Warcraft* interspielerische Kommunikation unerlässlich ist, gibt es im und um das Spiel mannigfaltige Wege zur Kommunikation.

Mittels Postsystem können Spielende beispielsweise anderen Personen während des Spielens textbasierte Nachrichten und Gegenstände schicken. Das geschieht ganz einfach, indem der Username in das Adressfeld eingegeben wird. Bis der Brief zugestellt wird, vergeht in Echtzeit etwa eine Stunde. Außerdem können die SpielerInnen über einen integrierten Text- und Sprachchat offen mit allen anderen Charakteren im Umkreis kommunizieren, oder privat mit speziellen Usern. Zwischen Horden- und Allianz-Charakteren ist kein Chat möglich. Hier übersetzt das Spiel automatisch die eingegebenen Wörter in unleserliches Kauderwelsch, die Begründung seitens Blizzard Entertainment lautet dafür, dass die zwei Parteien unterschiedliche Sprachen sprechen. Hier können sich die SpielerInnen nur mittels durch ihre Charaktere ausgeführten Gesten verständigen. Winken, den Vogel zeigen etc. führt verständlicherweise nur zu sehr eingeschränkter Übertragung von Inhalten. Ende 2007 wurde *World of Warcraft* dementsprechend upgedatet, dass fortan auch verschiedene spielinterne Voice-Chat-Kanäle benutzt werden konnten. Allerdings fiel dabei trotzdem nicht die Schranke der gegnerischen Kommunikation. Positiv anzumerken ist die Möglichkeit besorgter Eltern, den Sprachchat zu sperren. Dieser Schritt kann erfolgen, um junge SpielerInnen vor ungeeigneten Sprachinhalten zu schützen, die sich schwieriger kontrollieren lassen, als Text-Chats oder Text-Nachrichten.

Zusätzlich zu Voice-over-IP-Tools wie Teamspeak oder Ventrilo gibt es zu *WoW* unzählige Begleit-Webseiten, auf denen Events organisiert oder Gilden verwaltet werden. Eine davon ist beispielsweise [buffed.de](http://www.buffed.de)³³, die sich neben *WoW* auch auf andere MMORPGs spezialisiert hat. Hier finden User in Foren und auf erklärenden Webseiten alle Informationen, die sie suchen, um im Spiel weiterzukommen, können aber auch neue Teammitglieder rekrutieren und Zeitpunkte für gemeinsame Vorhaben in der digitalen Welt vereinbaren.

³³ Zu finden auf: <http://www.buffed.de> (Stand: 11. Jänner 2009)

10.3 Counterstrike

Dieses äußerst populäre Taktik-Ego-Shooter-Spiel hat seinen Ursprung im Jahr 1999 ambitionierten Hobby-Programmierern zu verdanken, die den Programmcode des Shooters *Half Life* dazu nutzten, um ein Action-Spiel nach ihrem eigenen Geschmack zu erstellen. Anfangs nur online und durch LAN-Partys³⁴ bekannt, zeigte der Entwickler Sierra Entertainment aufgrund des regen Spielerzuspruchs bald Interesse an dem sogenannten Fan-Mod und so wurde das Spiel schließlich im Jahr 2001 als Verkaufsversion auf den Markt gebracht. Zwei Jahre später erschien das Spiel außerdem für die Xbox, dem Vorläufermodell der Xbox 360. Während die ersten Versionen als reine Multiplayer-Titel ausgelegt waren, war das 2004 erschienene Spiel *Counterstrike: Condition Zero* als Singleplayer-Titel konzipiert. Die Mehrspieler-Versionen erfreuen sich jedoch auch heute noch wesentlich größerer Beliebtheit seitens der SpielerInnengemeinde. Im Jahr 2004 erschien der Nachfolger *Counterstrike: Source* – trotzdem spielen auch heute noch viele Gamer nur das originale Spiel. Eine zu ausgefeilte – und daher in den Augen mancher Spieler und Spielerinnen zu unberechenbare – Levelphysik und die Anfälligkeit für Cheats erweckten den Unmut vieler SpielerInnen, sodass sich das Spiel weder im privaten, noch im Wettbewerbsbereich richtig durchsetzen konnte³⁵.

Ziel des Spiels ist ein taktisches Vorgehen zweier Gruppen und erinnert in vielen Belangen an das beliebte Kinderspiel „Räuber und Gendarm“, bei dem eine Gruppe „böser Gesellen“ von einer anderen Gruppe „den Ordnungshütern“ gefasst werden muss. Bei *Counterstrike* ist das Geschehen in ein militärisches Szenario verlegt und mit vielen Waffen und Möglichkeiten (z.B. kugelsichere Westen) versehen. Diese können zum Beginn einer Spielrunde erworben werden. Auch die zwei Spielparteien sind dem Setting angepasst: So gibt es Terroristen, denen eine Anti-Terror-Einheit gegenübersteht. Jede Fraktion versucht nun, die andere auszuschalten. Dabei ist teamorientiertes Vorgehen

³⁴ LAN-Partys sind Multiplayer-Spielsessions über ein lokales Netzwerk, die von SpielerInnen initiiert werden. Das besondere an den Partys ist, dass die meisten SpielerInnen ihre eigenen PCs mitbringen und bis zu mehreren Tagen in einer Lokalität mit dem Spielen ausgewählter digitaler Spiele verbringen. Selbst die Nahrungsaufnahme und die Übernachtung finden oft in der Spiellokalität statt.

³⁵ So wird auf den World Cyber Games 2009, einem der größten Online-Gaming-Wettbewerbe, noch immer das originale *Counterstrike* gespielt, wie diese Übersicht zeigt:
<http://www.wcg.com/6th/2009/games/officialgames.asp?selgame=3> (Stand: 20. Mai 2009)

unumgänglich, was eine ausgefeilte interspielerische Kommunikation äußerst wichtig macht. Durch das Töten gegnerischer SpielerInnen oder das Erreichen von bestimmten Missionszielen (z.B. Geiseln befreien) bekommen die SpielerInnen Punkte und Geld. Wer seine eigenen Teammitglieder trifft oder eine Geisel gefährdet, der muss mit Abzug von Punkten und Geld rechnen. Die Art der Bestrafung hängt jedoch vom gewählten Spielmodus ab. Wer von den Gegnern erwischt und ins virtuelle Jenseits befördert wird, der kann – im Gegensatz zu vielen anderen Mutliplayer-Shooter-Games nicht wieder respawnen³⁶, sondern seine Aktionen bleiben bis zum Ende der Spielrunde aufs Zusehen beschränkt.

Beim Spiel kann zwischen zwei grundlegenden Modi unterschieden werden:

Public-Spiel: Diese öffentlichen Spiele sind leicht zugänglich und keinen Beschränkungen unterworfen. Mitspielen kann jede Person, die möchte. Dieser Modus erinnert sehr an vergleichbare Zufallskämpfe bei anderen PC- und Konsolenspielen und bietet zwar sicherlich vereinzelt die Basis zur Bildung von Beziehungen unter den SpielerInnen, im Grunde genommen handelt es sich hierbei jedoch lediglich um ein Interaktionssystem nach Luhmann (1984).

Clanwars: Im Gegensatz zu öffentlichen Spielen existieren hierbei feste Gruppen, sogenannte Clans, die gegeneinander antreten. Dies geschieht entweder zum reinen Vergnügen (Funwar) oder in einem mit einer realen Sportveranstaltung vergleichbaren Turnier (Clanwar). Die Punkte werden dann gezählt und das Team mit dem höheren Ergebnis gewinnt die Schlacht. Um sich vor unerwünschten Mitspielern zu schützen, ist der Zugang zu den Servern, auf denen diese Clanwars ausgetragen werden stark reglementiert – etwa durch Passwörter. Diese Gruppen zeichnen sich durch enge Bindungen und starke Abgrenzung zu anderen Personen aus. Diese Clanwars sind auch die Basis für *Counterstrike* als E-Sport³⁷-Disziplin. Es existieren Amateur-, Freizeit und Profiligen – in denen international anerkannte Turniere stattfinden. So ist *Counterstrike* fester Bestandteil der Spieleauswahl der World Cyber Games³⁸

³⁶ Respawn: Der Fachbegriff für den Wiedereintritt in ein Spiel, nachdem die Spielfigur ein Leben verloren hat. Meist findet diese Aktion an festgelegten Orten der virtuellen Welt statt, kann jedoch auch randomisiert erfolgen.

³⁷ E-Sport bezeichnet die Ausübung von Computer- und Konsolenspielen als Sport, wobei Regeln und Austragungs-Art meist von den jeweiligen Veranstaltungen vorgegeben werden. Seit den Neunziger Jahren erfreut sich der elektronische Sport immer größeren Zulaufs.

³⁸ Die World Cyber Games finden seit dem Jahr 2001 statt und stellen das weltweit größte E-Sport-Event dar, bei dem Preisgelder im Bereich von mehreren Tausend US-Dollar vergeben werden.

10.4 Kommunikation bei Counter Strike

Counterstrike spielt man nicht alleine. In Gruppen mit bis zu 32 (bei *Counterstrike: Source* sogar 64) TeilnehmerInnen wird über dafür vorgesehene Spielserver der virtuellen „Räuber- und Gendarm-Jagd“ nachgegangen. Aufgrund des schnellen Spielprinzips läuft die meiste Kommunikation im Spiel mittels Sprache, da beim Laufen über Tasten der Tastatur und Zielen und Schießen per Maus, kaum Zeit dazu bleibt, textliche Nachrichten über die Tastatur zu verfassen.

Dazu beinhaltet *Counterstrike: Source* ähnlich wie auch *World of Warcraft* eine fest installierte Sprach-Chatfunktion, bei dem Vorgänger mussten sich die SpielerInnen noch mit Tools wie Teamspeak oder Ventrilo helfen. Doch auch nach Einführung eines In-Game-Chats greifen noch viele User auf diese Zusatztools zurück, da diese das Spielgeschehen weniger negativ beeinflussen können, wie beispielsweise durch Verzögerungen bei der Online-Datenübertragung, die sich auf den Spielfluss auswirkt. So können die Teammitglieder jederzeit über Headset miteinander in Verbindung treten und Taktiken absprechen, aber auch über ganz andere Dinge sprechen.

Neben dieser freien Kommunikation besteht auch die Möglichkeit, vorgefertigte Sprachsamples per Tastendruck abzuspielen, um schnelle Kommandos, aber auch um witzige – aber auch beleidigende – Kommentare abzugeben.

Während die Zusammentreffen der Gruppen und Gilden in *World of Warcraft* vorwiegend auf virtuellem Boden stattfinden, ermöglicht *Counterstrike* aufgrund seiner Spielbarkeit über lokales Netzwerk zusätzliche soziale Zusammenkünfte wie LAN-Partys oder Turniere, aber auch noch größere Spiel-Sessions mit Wettbewerbcharakter, wie die jährlich stattfindenden World Cyber Games. Clans, die an solchen Events teilnehmen, müssen ähnlich wie andere „Sportler“ regelmäßig trainieren, indem sie sich zu lokalen oder Online-Matches treffen.

Damit die *Counterstrike*-SpielerInnen jederzeit über ihr Hobby auf dem Laufenden bleiben, haben sich im Internet eine Fülle an Fan-Webseiten, Clan-Seiten, Foren etc. gebildet, die Fragen beantworten und vor allem wichtige Turniere und LAN-Partys ankündigen³⁹.

³⁹ Als Beispiel sei etwa auf die Website des österreichischen E-Sport-Vereins Ultima Ratio verwiesen, dessen Website man hier findet: <http://www.ultima-ratio.at/> (Stand: 1. Juni 2009)

11. Die Online-Konzepte der Konsolen

Im Gegensatz zum PC, der neben Spiel- und Arbeitsfunktionen durch eine Internetanbindung eine Fülle an Möglichkeiten zur Kommunikation bietet – sei es im Internet über Foren oder Chatrooms, oder durch spezielle Hard- bzw. Software-Lösungen, wie Voice-over-IP (z.B. die Internettelefonie Skype) – bieten Spielkonsolen ihren BenutzerInnen eingeschränktere Wege zur Kommunikation, die hauptsächlich durch die von den Geräteherstellern bereitgestellte Infrastruktur beeinflusst werden und meist nicht direkt von den BenutzerInnen bestimmt werden können. Spielkonsolen können nicht nach Belieben sondern nur eingeschränkt mit Hardware- und Software-technischen Modifikationen an die Bedürfnisse der BenutzerInnen angepasst werden. Dafür verlangen die Geräte von ihren NutzernInnen kaum technisches Know-How. Alle aktuellen, in der Diplomarbeit behandelten, Heim-Konsolen sind bereits für einen Anschluss an das Internet gerüstet. Per eingebautem Wireless-Adapter oder Netzwerkbuchse lässt sich sehr schnell und ohne viel Kalibrierungsarbeit eine Verbindung mit dem Internet herstellen. In den wenigen Fällen, wo es Probleme mit der Anbindung gibt, helfen nicht nur Konsolen-interne Hilfestellungen, sondern auch umfangreiche Webseiten der Gerätehersteller⁴⁰. Auffallend ist hier, dass sich alle Anleitungen einfach nachvollziehen lassen, sodass auch begabte Technik-Laien mit ein wenig Mühe rasch am Online-Gaming teilnehmen können. Trotz der Unterschiede in der Handhabung ist jedoch der Trend bemerkbar, dass sich speziell die typischen sogenannten NextGen-Konsolen Xbox 360 und PlayStation 3 technisch bereits sehr stark den Heimcomputern angenähert haben, während die tragbaren Spielgeräte und die Wii-Konsole von Nintendo andere Wege beschreitet, um Kontakt zwischen den Spielern und Spielerinnen herzustellen. Allen gemein ist jedoch, dass Konsolen-User und ihre Konsolen quasi eine Einheit bilden, und so das Netz durchstreifen. Dabei bleibt jedoch zumindest auf Xbox 360 und PS3 der Sprachchat als wichtiges Kommunikationsmittel für synchrone Kommunikation bestehen, da Maus und Tastatur auf diesen Konsolen nur umständlich oder gar nicht genutzt, bzw. durch Tastatur-Adapter für den Controller ersetzt werden, wodurch gleichzeitiges Spielen und Text-Chatten kaum

⁴⁰ Als Beispiel sei hier etwa die Hilfe-Seite zur Nintendo Wi-Fi Connection angegeben, die sich hier findet: <http://www.nintendowifi.de> (Stand: 10. Juni 2009)

möglich ist, wie es bei PC-Games funktioniert. Via Nickname oder bestimmtem Code auf der Konsole eingeloggt, wird jene einzigartige Benutzererkennung für alle online-basierten Aktivitäten genutzt und darüber hinaus meist noch ein übergreifender Avatar zugewiesen, während bei PC-Spielen meist jedes Spiel eigene Wege beschreitet, die Spieler und Spielerinnen miteinander in Kontakt zu setzen. Dadurch fällt es vielen Spielenden (vor allem auf Xbox 360 und PS3) viel leichter, mit denselben Leuten an unterschiedlichen Spielen teilzunehmen. So ergibt sich ein Spielernetzwerk, das vor allem durch das Spielsystem – und nicht durch das Spiel selbst (wobei es hier einige Ausnahmen, etwa Spiele vom Hersteller Electronic Arts⁴¹ gibt) – bestimmt wird. Obwohl es mittlerweile auf fast (mit Ausnahme der Xbox 360, die keinen Webbrowser integriert hat) allen Konsolen möglich ist via implementiertem oder separat erhältlichem Webbrowser im Internet zu surfen, wird auf dieses Feature jedoch nur bedingt eingegangen werden, da die Qualität und Nutzerfreundlichkeit der jeweiligen Webbrowser noch nicht an die der Heimcomputer herankommt, des weiteren die Behandlung der Kommunikationswege mittels Webbrowser auf Konsolen auch nicht Thema dieser Diplomarbeit sein soll.

Mittlerweile verfügen alle drei aktuellen Heimkonsolen über ein eigenes Avatar-System, welches den NutzerInnen spielübergreifende digitale Ebenbilder benutzen lässt, die sich nicht nur in Konsolen-Applikationen nutzen lassen, sondern auch in vielen Spielen eingesetzt werden. Waren es auf der Xbox 360 anfangs lediglich Bilder und Usernamen brachte Nintendo 2006 erstmals dem Menschen ähnliche Comic-Figuren als Personifizierung der Spielenden auf die Konsole, welche jedoch hauptsächlich offline und nur eingeschränkt bei der Online-Kommunikation via Text- oder auch Sprach-Botschaften sowie vereinzelt in Spielen benutzt werden. Wesentlich detaillierter und vielseitiger einsetzbar zeigen sich die Comic-haften Avatare im Menü der Xbox 360 (seit Ende 2008) und als real wirkende Personen im – an die Soziale Infrastruktur *Second Life* erinnernden – *Home*-Programm der PlayStation 3. Die genaue Funktion der einzelnen Avatar-Systeme und die Unterschiede zwischen den angesprochenen Kommunikations-Lösungen der Konsolen von Microsoft, Sony und Nintendo, sollen in den folgenden Kapiteln genau erörtert werden – veranschaulichende Bilder der Konsolen finden sich im Anhang.

⁴¹ Electronic Arts offeriert KäuferInnen von EA Spielen ein systemübergreifendes Mitglied-System, bei dem man sich – einmal mit dem Internet verbunden – zusätzlich registrieren muss, um an Online-Partien teilnehmen zu können. Mehr dazu unter: <http://www.electronic-arts.de> (Stand: 1. Juni 2009)

11.1 Microsoft Xbox 360

Als die Xbox 360⁴² Ende 2005 in Europa erschien, stand sie als relativ teures technisches Wunderwerk alleine auf weiter Flur der Videospieldwelt. Weder der GameCube von Nintendo, noch die PS2 konnten nur im Entferntesten die technische Leistung der neuen Heimkonsole von Microsoft erreichen. Erstmals bot eine Spielkonsole hochauflösende Bildwiedergabe⁴³, was vor allem BesitzerInnen eines Plasma- oder LCD-Fernsehers zu schätzen wussten. Das umfangreiche interne Konsolenmenü, das in mehreren Seiten durchblättert werden konnte, bot viele Einstellungsmöglichkeiten, wurde aber Ende 2008 einem Relaunch unterzogen und bietet nun eine kindlichere Optik und eigene Avatare für alle SpielerInnen.

Via USB-Anschluss können Kameras, USB-Sticks etc. an die Konsole angeschlossen werden, die dadurch zu einem multimedialen Gerät wird – über das Laufwerk können Musik-, Daten- sowie Film-DVDs bzw. CDs wiedergegeben werden.

Eine Netzwerk-Verbindungsmöglichkeit zum eigenen Windows-PC, lässt die BenutzerInnen Medien vom PC über den Fernseher aufrufen. Wenn es von den Spielen unterstützt wird, können vier SpielerInnen gleichzeitig an einer Konsole spielen – es ist jedoch auch möglich mehrere Xbox 360-Systeme via Netzkabel zu verlinken und so manche Games – im Stil von PC-LAN-Parties – zu spielen. Das eigentliche Herzstück der Xbox 360 stellt aber ein Online-Modus dar, der denen von Nintendo und Sony um einiges voraus ist. Näheres dazu gibt es im nächsten Kapitel.

⁴² Weiterführende Informationen zur Xbox 360 finden sich auf der offiziellen Website:
<http://www.xbox.com/de-DE/default.htm> (Stand: 14. Mai 2009)

⁴³ Hochauflösende Bildwiedergabe oder auch High Definition bedeutet, dass das ausgegebene Bild eine Vertikal-Auflösung von mindestens 720 Bildpunkten aufweist, und bekommt vor allem bei großen Flachbildschirmen (LCD- oder Plasma-Technik) eine große Bedeutung, da sie gestochen scharfe Bilder und einen hohen Detailgrad ermöglicht.

11.2 Die Online-Features der Xbox 360

Als einziges von den drei Konsolenherstellern ist das Online-Angebot von Microsofts Xbox 360 zum Teil kostenpflichtig. Der Zugang zum sogenannten Xbox LIVE Bereich ist in zwei Ebenen möglich. Während der Silber Account nur beschränkten Zugang zum Marktplatz gewährt, über den kostenlose sowie kostenpflichtige Minispiele, Medieninhalte (z.B. Videos) und Demos zu kommenden Spielen heruntergeladen werden können, können Spieler und Spielerinnen erst durch den Gold Account wirklich effektiv während des Spielens von Games schriftlich oder verbal miteinander in Kontakt treten (Kommunikation ohne miteinander zu spielen ist auch mit einem Silber-Account möglich). Dabei fallen monatliche Kosten von etwa 6 Euro an, aber es sind viele weitere Features erlebbar: So können die Benutzer und Benutzerinnen, während sie ein Spiel spielen, und was besonders ist: nicht nur bei speziellen Mehrspieler-Online-Games sondern wenn beide User online sind – auch wenn sie verschiedene Spiele spielen - jederzeit, miteinander über ein an den Controller angeschlossenes Headset, eine Software- oder eine Mini-Tastatur, miteinander kommunizieren.

Bestimmte Spezifikationsmöglichkeiten erlauben Privatunterhaltungen mit ausgewählten Personen oder Gruppengespräche. So fungiert die Xbox 360 ähnlich wie der in einem früheren Kapitel erwähnte Voice-Chat in *World of Warcraft* oder das oft im Zusammenhang mit *Counterstrike* verwendete Zusatztool Teamspeak als Telefonersatz, der ähnlich wie andere Voice-over-IP-Tools wie Skype eine kostengünstige Alternative zu regulären Ferngesprächen darstellt – speziell wenn dabei Landesgrenzen überschritten werden. Seit Ende 2006 ermöglicht eine separat erhältliche Xbox 360 LIVE Vision-Videokamera auch Videochat.

Über eine spezielle Freundesliste, behalten die User immer den Überblick über die Aktivitäten und die Spielfortschritte ihrer Freunde und Freundinnen. Diese Fortschritte bei gespielten Titeln werden zu einem Profil mit einem Avatar – dem Gamertag – zusammengefasst, welcher weltweit über die Xbox 360 oder auf Webseiten⁴⁴ mit anderen Profilen verglichen werden kann, wodurch eine Rangliste (der GamerScore) entsteht. Dieses – wie Kapitel 3 „Gründe für den Besuch in der Cyberwelt“ gezeigt hat, nicht außer

⁴⁴ Als Beispiel sei hier etwa die offizielle Website zu Xbox LIVE angeführt, welche man hier findet: <http://live.xbox.com/> (Stand: 10. Juni 2009)

Acht zu lassende – Feature der Xbox 360 heißt Achievement⁴⁵ - oder Erfolgs-System. Durch in Spielen erreichte Fortschritte werden nicht nur kleine Bildchen freigeschaltet, es werden auch sogenannte Gamerpoints zum unter dem Profil gespeicherten GamerScore addiert. Obwohl diese Punkte (mit Ausnahme einer gemeinsamen Aktion von Microsoft und dem Herrenkosmetikhersteller Old Spice in den USA, bei der sich durch besonders großen Fortschritt im Zuwachs von Gamerscore-Punkten kleine Real-Preise gewinnen ließen⁴⁶) nur ideellen Wert haben, stellt der Gamerscore in der Xbox-Fanbase eine nicht zu vernachlässigende Motivation dar. Rund um das Achievement-System entwickelte sich im Internet eine eigene Community, die auf Websites und Foren Informationen über das Erreichen der Achievement-Ziele austauscht und sogar kleine Wettbewerbe veranstaltet, bei denen es darum geht, wer in einem bestimmten Zeitraum einen möglichst hohen Zuwachs an Gamerpunkten verzeichnen kann⁴⁷. Da manche dieser Achievements nur im Multiplayermodus der Spiele zu finden sind, werden die jeweiligen Web-Foren oft dazu genutzt sich gezielt über virtuelle Treffen im Online-Mehrspielermodus – aber auch über Treffen im realen Umfeld – zu verabreden.

Außerdem ist es möglich, dass Spielende durch die Gamerpoints ihren „Ruf“ verbessern können. Dadurch und die „TrueSkill“-Spielersuche, bei der die gemessenen Spielfähigkeiten zur Auswahl geeigneter Online-Multiplayer-Partner genutzt werden, kommen die Benutzer und Benutzerinnen mit vielen Personen in Kontakt, die sie anderwärtig nie kennen gelernt hätten. Die Freundesliste kann praktisch verwaltet werden: Sympathische Personen lassen sich per Knopfdruck zur Kontaktliste hinzufügen, unliebsame SpielerInnen gezielt meiden. Ebenso lassen sich die Listen der eigenen Kontakte einsehen, um dort nach neuen Spielpartnern zu suchen. Dadurch entwickelt sich das SpielerInnennetzwerk immer weiter in Richtung von Webseiten Sozialer Netzwerke wie FaceBook oder MySpace. Microsoft baut dieses Feature beständig durch Updates weiter aus, sodass die Spieler und Spielerinnen immer mehr Möglichkeit bekommen, ihre

⁴⁵ Pro Spiel lassen sich auf der Xbox 360 1000 Gamerpoints erzielen, indem man etwa einzelne Kapitel im Story-Modus eines Spiels absolviert, oder bestimmte vorgegebene Aufgaben erfüllt, welche durchaus skurrilen Charakter haben können. In *Fable II*, einem Rollenspiel, bekommt man etwa ein solches Achievement, wenn man einem Gegner einen Schuss unter die Gürtellinie verpasst oder eine sexuelle Orgie mit einigen Dorfbewohnern anzettelt. Die Begeisterung, die SpielerInnen diesen Achievements entgegenbringen, und die Ursachen dafür wären für weitere wissenschaftliche Auseinandersetzungen durchaus interessant.

⁴⁶ Mehr Informationen finden sich hier: <http://www.joystiq.com/2007/02/06/microsoft-to-reward-xbox-live-achievers-with-freebies/> (Stand: 21. Jänner 2009)

⁴⁷ Siehe dazu etwa Xbox360Achievements.org: <http://www.xbox360achievements.org/> (Stand: 1. Jänner 2009)

Persönlichkeit nach ihren Wünschen zu präsentieren und anderen Spielenden zu zeigen – durch eine Kombination von Gamer-Profil und Facebook ab Herbst 2009 sogar Netzwerk-übergreifend. Seit Ende 2008 können SpielerInnen ihr Profil nicht mehr nur mit einem Avatar-Bild versehen, sondern darüber hinaus eine virtuelle Figur erstellen. Diese Avatare wurden gemeinsam mit einem überarbeiteten weniger technisch dafür mehr kindlicher wirkenden Menü eingeführt und lassen sich nicht nur optisch verändern (Aussehen, Kleidung, ...), sondern auch in diversen Spielen einsetzen. Dabei ist bemerkenswert, dass viele dieser Spiele darauf ausgelegt sind, gemeinsam mit einer Vielzahl von bekannten und unbekanntenen Personen gespielt zu werden. Microsoft nennt dieses Konzept „Prime Time“ und orientiert sich hierbei an den beliebten Quiz-Sendungen im Fernseh-Hauptabendprogramm (z.B. „Einer gegen Hundert“) – nur dass die SpielerInnen selbst aktiv werden, anstatt die Show teilnahmslos über den TV-Schirm zu verfolgen. Dabei bleibt allerdings zu beachten, dass die Interaktion zwischen den Spielern und Spielerinnen mithilfe ihrer Avatare trotzdem nur über ein Menü oder in den Spielen stattfindet. Es gibt keine virtuelle Welt – vergleichbar mit jenen aus MMORPGs oder Sozialen Infrastrukturen wie *Second Life* bzw. *Home* für die PlayStation 3 – in der die Figuren aufeinander treffen.

Durch die ständige Erreichbarkeit bei eingeschalteter und mit dem Internet verbundener Konsole (wer dies nicht möchte, kann sich auch als „Status: Offline“ anzeigen lassen), entsteht ein verzweigtes Gamernetzwerk, das mit einem Awareness-System gleichgesetzt werden kann. Die SpielerInnen bleiben permanent miteinander im Kontakt; sobald eine Person mit der Konsole online geht, was meist automatisch nach dem Hochfahren der Konsole passiert, bekommen alle Menschen in ihrer Freundesliste eine Benachrichtigung. Spielen Personen aus der Freundesliste das gleiche Spiel, weist das System beide Personen durch eine kurze Texteinblendung darauf hin, wodurch der Multiplayer-Aspekt gefördert wird. Außerdem kann der Microsoft Instant-Messenger, der normalerweise unter Microsoft Windows läuft, seit 2007 auch auf der Xbox 360 benutzt werden, sodass BenutzerInnen der Xbox 360 nun nicht mehr nur von anderen Xbox-Spielenden kontaktiert werden können, sondern auch in den Kontakt-Listen von PC-Usern des MSN-Messengers auftauchen. Bisher ist es jedoch nur möglich, Textnachrichten zwischen PC und Xbox 360 zu versenden. Diese Entwicklung zeigt jedoch, dass die Xbox 360 noch stärker als die zwei

anderen Heimkonsolen von Nintendo und Sony die Tendenz aufweist, nach und nach zu einem Wohnzimmer-Multimedia-PC zu werden.

Auch existieren zu bestimmten Spielen, ähnlich wie im PC-Sektor, Clans, die gemeinsam bei E-Sports-Meisterschaften antreten. Deren Kommunikation findet jedoch nicht nur über das Xbox LIVE-Netzwerk statt; diese Gruppen bedienen sich größtenteils anderer Kommunikationsmöglichkeiten, bei denen Web-Portale mit Foren und Chatrooms im Mittelpunkt stehen – aber auch persönliche Treffen vorkommen⁴⁸.

⁴⁸ Mehr Informationen zu Clans auf der Xbox 360 und deren Kommunikation finden sich in der Clan-Sektion der offiziellen Xbox-Website: <http://www.xbox.com/de-DE/community/clanwhatis.htm> (Stand: 1. Juni 2009)

11.3 Exkurs: Filme und Videos für die Xbox 360

Seit Ende 2006 bietet Microsoft in den USA ein spezielles Video on Demand-Service für die Xbox 360. Dabei können im Marktplatz der Xbox 360 Demos und Spielevideos gratis oder gegen Bezahlung heruntergeladen werden, es lassen sich dort aber auch Musikvideos, Episoden von TV-Serien oder Sportereignisse auf die Festplatte der Xbox 360 laden. Während TV-Serien keinen Betrachtungseinschränkungen unterworfen sind, funktioniert der Filmdownload wie bei einer Videothek. Noch im Jahr 2009 soll das Ansehen von Filmen mithilfe der Avatare auch über Netzwerk gemeinsam mit Online-Freunden möglich sein. Das bedeutet, dass eine Person den Film herunterlädt und dafür zahlt und dann – ähnlich wie bei einem gemeinsamen Kinobesuch nur eben an entfernten Wohnorten – mit mehreren Personen gemeinsam ansieht, indem er sie zu einem digitalen Filmbesuch einlädt. Hier etwa die US-Download-Charts des Xbox-Marktplatzes vom 21. Jänner 2008⁴⁹, die einen Eindruck vom in den Staaten gebotenen Programm bieten:

Filme

- 1) Mr. Woodcock (HD)
- 2) Shoot 'em Up (HD)
- 3) Hot Rod (HD)
- 4) Harry Potter and the Order of the Phoenix (HD)
- 5) Pirates of the Caribbean: At World's End (HD)
- 6) Blade Runner: The Final Cut
- 7) Transformers (HD)
- 8) Ratatouille (HD)
- 9) Ocean's Thirteen (HD)
- 10) Hostel: Part II (HD)

TV

- 1) Terminator: The Sarah Connor Chronicles
- 2) Family Guy
- 3) South Park
- 4) Naruto
- 5) Comedy Central Presents: Stand-Up
- 6) The Universe
- 7) American Dad
- 8) MonsterQuest
- 9) Aqua Teen Hunger Force
- 10) Human Weapon (HD)

⁴⁹ Zu finden auf der halb-offiziellen Website des Microsoft-Mitarbeiters Larry Hyrb, dessen Web-Blog Gamern als reichhaltige Informationsquelle dient: <http://www.majornelson.com> (Stand: 1.2.2008)

Ende 2007 ging das Service weltweit an den Start – und im Herbst 2009 wird auch in Österreich der Zugriff auf die Film-Datenbank möglich sein. Solche Zusatzfeatures zeigen deutlich, dass sich gerade die beiden Konsolen PS3 und Xbox 360 bereits sehr zu einer eigenständigen Medienplattform entwickelt haben, die ihren NutzerInnen nicht nur als Kommunikationskanal dienen, sondern sie auch mit – spielbezogenen Informationen – und Funktionen wie Video-on-Demand aufwarten.

11.4 Sony Playstation 3

Anfang 2007 war es auch in Europa soweit: Sonys neue Konsole, die PlayStation 3⁵⁰, folgte der extrem erfolgreichen Heimkonsole PlayStation 2⁵¹. Im Gegensatz zur damals schon sehr billigen PS2, war die PS3 jedoch ausgesprochen teuer. Fast 600 Euro kostete das Gerät bei Neuanschaffung; am hohen Preis war vor allem der integrierte Blu-ray-DVD-Spieler schuld, mit dem auch hochauflösende Filme wiedergegeben werden können. Mittlerweile hat Sony aufgrund der schleppenden Verkäufe jedoch den Preis drastisch reduziert, sodass KonsumentInnen, nun etwa 200 Euro sparen, wenn sie sich die Konsole kaufen. Lange Zeit waren viele KäuferInnen unschlüssig, da das eingebaute Blu-ray-Laufwerk im Falle eines Sieges von HD-DVD im Rennen um die Nachfolge der Video-DVD eine hohe Investition in eine auslaufende Technik bedeuten hätte können. Anfang 2008 hat sich jedoch aufgrund der Unterstützung aller wichtigen Film-Verleih-Firmen der Blu-ray-DVDs Sonys High Definition DVD-Standard durchgesetzt, was die Verkaufszahlen ebenso beflügelte, wie die Spiele *Grand Theft Auto IV*, *Killzone 2* und *Metal Gear Solid IV*.

Die PlayStation 3 überragt die technischen Leistungen der Xbox 360, und verfügt über sämtliche technische Möglichkeiten, die Microsofts Konsole bietet. So sind auch hier gemeinsames Spiel für vier Personen an einer Konsole sowie ein LAN-Modus möglich.

⁵⁰ Weiterführende Informationen zur PlayStation 3 finden sich auf der offiziellen Website:
<http://at.playstation.com/ps3/> (Stand: 14. Mai 2009)

⁵¹ Laut einer Sony-Pressemitteilung im März 2009 (zu finden unter:
<http://www.scei.co.jp/corporate/release/pdf/090331ae.pdf> - Stand: 1. April 2009) wurden weltweit bis dato 136 Millionen PS2-Konsolen verkauft, wodurch die PS2 bislang die meistverkaufte Spielkonsole ist.

11.5 Die Online-Features der PlayStation 3

Sony geht beim Online-Feature der PlayStation 3 einen ähnlichen Weg, wie NextGen-Hauptkonkurrent Microsoft, bietet jedoch vorerst nur eingeschränkte und technisch weniger hochwertige Wege zur Kommunikation (Text und Sprachchat sind zwar vorhanden, die Übertragungs-Qualität beim Sprachchat lässt jedoch in den Augen vieler Spieler noch sehr zu wünschen übrig) – dafür präsentiert sich Sonys Online-Service vorerst kostenfrei. Spieler und Spielerinnen können auf spielinternen Websites ihre Highscores miteinander vergleichen und manche Multiplayerspiele unterstützen Live-Chat über Headset. Trotzdem nutzen – wie auch im empirischen Teil dieser Arbeit ersichtlich sein wird – nur wenige Spieler und Spielerinnen dieses Feature, was vor allem daran liegt, dass Sony im Gegensatz zu Microsoft ihre Konsole nicht gemeinsam mit einem Headset ausliefert. Das Utensil muss um etwa 40 Euro extra erworben werden, oder lag bislang nur ausgewählten Spielen bei, die sich allerdings unter Erwartungen verkauft haben. So kommt es dazu, dass die meisten SpielerInnen der PS3 nur mit Tastatur kommunizieren, wenn überhaupt.

Um für eine verstärkte Vernetzung der SpielerInnen zu sorgen⁵², wurde im Laufe des Jahres 2009 das „Programm“ *Home* eingeführt und um immer mehr Komponenten bereichert, das im Stil von *Second Life*, als virtuelle Kommunikationsplattform dienen soll. Dieser Service soll vorerst kostenfrei bleiben und nur durch In-Game-Werbung finanziert werden. Was genau User dort erwartet beschreibt die folgende Seite.

⁵² Jack Buser, Director des *Home*-Programms, spricht in seinem Online-Blog sogar davon, dass *Home* Gamer so vernetzen wird, wie es früher in Spielhallen der Fall war. Zu finden unter: <http://blog.us.playstation.com/author/jbuser/> (Stand: 22. Mai 2009)

11.6 Exkurs: PlayStation 3 Home

Als Gegenpart zum ausgefeilten Online-Modus der Xbox 360-Konsole, präsentiert sich das Online-Feature von Sonys PS3 noch eingeschränkt. Zwar können BenutzerInnen im PS3 Store auch Minispiele, Spiel-Demos und Trailer erwerben bzw. kostenlos herunterladen, doch ein Service, wie sie die Xbox 360 LIVE Gold-Mitgliedschaft bietet, bleibt PS3-NutzerInnen bisher noch vorenthalten. Sozusagen als Ausgleich dieses Kommunikationsmankos soll *Home* dienen, welches die Spielenden in eine virtuelle Welt versetzt: *Home* ist vielmehr eine dreidimensionale Soziale Infrastruktur als ein Spiel. Die BenutzerInnen erstellen sich zu Beginn einen Avatar, dessen Erscheinungsbild einem realen Menschen sehr ähnlich ist und können das Aussehen gezielt anpassen; damit wird eine möglichst große Identifikation der SpielerInnen mit ihrem virtuellen Alter Ego erzielt. Dann gestalten Benutzer und Benutzerinnen ein Zuhause im Cyberspace, welches ebenfalls mit Möbelstücken etc. personalisiert werden kann. Kernpunkt von *Home* ist jedoch das Zusammentreffen mit anderen Usern. Die kann man gezielt in die eigenen vier Wände einladen, oder sie an öffentlichen Plätzen kennenlernen. Der Informationsaustausch der User kann auf verschiedenen Wegen stattfinden, denn Kommunikation ist über Voice-Chat, Eingabe über eine Tastatur oder durch Eingabe auf dem PS3-Controller möglich. Interessant ist dabei, dass die Gespräche in öffentlichen Räumen von ModeratorInnen „überwacht“ werden, die dafür sorgen, dass sich die Spieler und Spielerinnen heimisch fühlen und sich nicht Beleidigungen anderer User aussetzen müssen. Die BenutzerInnen sind jedoch nicht nur auf Gespräche beschränkt, sondern können auch an gemeinsamen Spielen (Bowling, Schach) teilnehmen, sowie Trailer zu Spielen oder Filmen ansehen, die kostenfrei zur Verfügung gestellt werden. Sony belohnt darüber hinaus BenutzerInnen, die in ihren eigenen Home-Räumlichkeiten Werbung platzieren⁵³. Ebenfalls ist es möglich, die durch gutes Spiel erzielten Erfolge (Trophäen) im virtuellen Wohnzimmer aufzustellen und damit andere Gamer zu beeindrucken. Jenes Feature könnte dem ausgeklügelten Freundes-System von Microsoft durchaus Konkurrenz machen und dafür sorgen, dass sich neue Beziehungen über die virtuelle *Home*-Welt etablieren.

⁵³ Ein Beispiel dafür ist etwa die Aktion zum früheren Zugang zum Download der Demo-Version des erwarteten Spiels *Killzone 2* für jene *Home*-User, die ihre synthetische *Home*-Welt mit einer bestimmten Figur verschönerten. Mehr Infos dazu auf: <http://www.1up.com/do/newsStory?cId=3172811> (Stand: 3. Mai 2009)

11.7 Nintendo Wii

Anders als Microsoft und Sony bei ihren Konsolen hat Nintendo bei der Wii⁵⁴ nicht auf High-End Technik gesetzt. Die grafische Leistung ist nur etwas besser, als die der Vorgängerkonsole GameCube. Neu ist aber das Eingabegerät der Wii.

Setzen Sony und Microsoft noch immer auf den klassischen Controller, der mit beiden Händen zu bedienen ist, ähnelt das Kontroll-Gerät der Wii einer TV-Fernbedienung. Dadurch sollten Spielerschichten erschlossen werden, die bisher skeptisch gegenüber der Videospieldunterhaltung gewesen sind. Mittels Bewegungserkennung und einer Infrarotleiste, die auf dem TV-Gerät angebracht wird, ist so eine Steuerung möglich, für die es keine große Erfahrung braucht; es genügen einfache Bewegungen mit der Fernbedienung – und wie das 4. Kapitel gezeigt hat, entsteht dadurch eher Immersion, als durch umständliches Erlernen von Joystick oder Knopf-Belegungen. Seit dem Launch Ende 2006 ist bereits eine Fülle an Spielen veröffentlicht worden, von denen viele auf Gelegenheitsspieler zugeschnitten sind und jungen sowie älteren SpielerInnen gefallen sollen. Ein zusätzlicher Fortsatz mit Analogstick, der an die Fernbedienung gesteckt werden kann, sorgt unterdessen dafür, dass sich eingesessene Spielende auch für das neue Wii-Konzept begeistern sollen⁵⁵. Nintendo hat mit dem Ansatz „Videospiele für alle“ nach längerer Zeit mit über 50 Millionen verkauften Wii (März 2009) wieder die Marktführung zurückerobert⁵⁶. Viele KonsumentInnen, die von den Multifunktionskonsolen Xbox 360 und PS3 überfordert waren, haben sich eine – preislich etwas günstigere - Wii-Konsole gekauft. Doch diese Einfachheit und die Familien-Tauglichkeit hat auch ihre Nebenwirkungen: Nintendo hatte sich in der Vergangenheit schon zögerlich in Bezug auf Online-Gaming gegeben und setzte diesen Trend zu Beginn der Wii-Ära noch fort. Mittlerweile gibt es zwar schon Spiele, die Online-Gaming unterstützen, und auch die Wii-Konsole selbst bietet ein gewisses Maß an Online-Features, doch mit solch ausgefeilten Kommunikations-Möglichkeiten, wie sie PS3 und Xbox 360 bieten, kann die Nintendo-Konsole nicht aufwarten.

⁵⁴ Weiterführende Informationen zur Wii finden sich auf der offiziellen Website: <http://de.wii.com/> (Stand: 14. Mai 2009)

⁵⁵ Zur genaueren Veranschaulichung sei auf den Anhang verwiesen, wo es Bilder der Konsole samt Eingabegerät gibt.

⁵⁶ Eine genaue Übersicht über den Trend der Konsolenverkäufe (im Mai 2009) findet sich auf der VGChartz-Website: <http://news.vgchartz.com/news.php?id=3712> (Stand: 1. Juni 2009)

11.8 Die Online-Features der Wii

Seit der Einführung der Nintendo Wii Ende 2006, bietet auch Nintendo einen umfassenden Online-Bereich für die Benutzer und Benutzerinnen der stationären Spielkonsole, der im Gegensatz zu dem von Microsoft völlig kostenfrei, jedoch auch wesentlich eingeschränkter ist. So war es lange Zeit nur möglich über die Wii Textnachrichten und Fotos zu verschicken. Diese können aber nur an die Konsolen (oder auch an die E-Mail-Adressen) anderer Personen gesendet werden, die zuvor in einer umständlichen Prozedur gegenseitig ihre Wii-Freundescodes, bei denen es sich um vielstellige Zahlen-und-Buchstabencodes handelt, ausgetauscht haben. Dieser Austausch kann aber nur abseits der Wii-Konsole, d.h. im realen Umfeld, per Telefon, in Web-Foren etc. geschehen, womit ein Kennenlernen anderer SpielerInnen über die Wii-Internetmöglichkeit nicht erdenklich ist. Auch bei den meisten Online-fähigen Wii-Spielen muss vor dem gemeinsamen Spiel ein Freundescode ausgetauscht werden, oder es findet eine randomisierte Auswahl der Mehrspielerteilnehmer statt, wobei die SpielerInnen für ein Spiel ausgewählt werden und miteinander interagieren, danach – und auch während des Spielens selbst – jedoch keine Möglichkeit mehr bekommen, in jeglicher Form miteinander zu kommunizieren.

Jedoch ist die Kommunikation zwischen den Spielern und Spielerinnen auch bei Games mit Freundescodes äußerst eingeschränkt. Kleine vorgefertigte Textnachrichten, die auf Wunsch eingeblendet werden können, oder kleinere Textnachrichten, die während des Spiels miteinander ausgetauscht werden können, waren lange die einzige Kommunikationsmöglichkeit während des Spiels. Die wesentlich nutzerfreundliche und einfache Variante des Sprach-Chats blieb Wii-SpielerInnen bis zum Ende des Jahres 2008 verwehrt. Erst mit dem Release der Wii-Fassung der Sozial-Simulation *Animal Crossing* ging die Veröffentlichung des Wii-Speak-Kanals einher, bei dem bis zu vier NutzerInnen gleichzeitig über ihre Wii-Konsole kommunizieren können, in dem sie das beigefügte Mikrofon verwenden. Der Kanal kann auch ohne Spiel (mit animierten Mii-Avataren), aber wieder nur mit Personen, deren Freundescodes man zuvor erlangt und im Konsolen-Menü registriert hat, benutzt werden. Trotzdem wird das Feature in vielen kommenden Spielen integriert sein – z.B. im Juni 2009 veröffentlichten Ego-Shooter *The Conduit*, der bis zu 16 SpielerInnen gleichzeitig unterstützt.

Im Gegensatz zum wenig ausgeklügelten Kommunikations-Aspekt zwischen den Spielenden setzt das verspielte Online-Konzept von Nintendo auf eine stark ausgebaute Einweg-Kommunikation mit hohem Informationsfaktor. Im Hauptmenü, das in so genannten Kanälen angeordnet ist, befinden sich neben dem Shop-Kanal, bei dem kostenpflichtige Spiele und Gratis-Software bezogen werden kann, auch ein Wetter- und ein Nachrichten-Kanal. Diese informieren die User täglich über das aktuelle Wetter (Tageswetter, Weltwetter und 5-Tages-Vorschau) und werden über Associated Press laufend mit neuen Weltnachrichten versorgt. Die Präsentation ist einfach gehalten und gleicht in vielen Belangen der Aufbereitung wie sie etwa im Fernsehen bei Pausenfüller-Sendungen oder in U-Bahnen auf Videowalls zu finden ist. Diese Art der massenmedialen Nachrichtenübermittlung findet sich derart ausgeweitet nur auf Nintendo Wii – seit kurzem im kleineren Rahmen jedoch auch auf der PlayStation 3. Die Xbox 360 bietet kein vergleichbares Service. Bei der Präsentation des Nachrichten- und des Wetterkanals der Wii-Konsole ist generell ein Trend zur Einfachheit erkennbar. Die NutzerInnen sollen sich durch die Features nicht überfordert sehen und sie leicht nutzen können. Ähnlich einfach gestalten sich auch die anderen Kanäle, die von Umfragen bis Mii-Wettbewerben zwar viele Gamer zum Mitmachen einladen, aber keine dauerhaften Interaktionen zustande kommen lassen.

Im Sinne der Luhmann'schen Systemtheorie (1984) entspricht die Wii in dieser Bedeutung deshalb am ehesten einem Massenmedium und einem Interaktionssystem. Die Gamer haben nur die Möglichkeit zum gemeinsamen Spiel und eingeschränkte Kommunikationsmöglichkeiten, weitere Interaktionsmöglichkeiten werden jedoch weitgehend durch die technischen Gegebenheiten ausgeschaltet. Da es über die Wii so gut wie unmöglich ist mit unbekanntem Personen in Kontakt zu treten, und die Spiele selbst kaum auf Kommunikation zwischen den Spielern und Spielerinnen ausgelegt sind, bleibt auch zu vermuten, dass sich hier keine Freundschaften direkt über die Konsole etablieren können, sondern lediglich extern eingegangene Beziehungen (Reallife oder über andere Arten der CMC) fortgesetzt werden.

12. Aktueller Technik-Stand und Tendenzen und daraus folgende Entwicklung von Hypothesen

Wie aus den vorangegangenen Ausführungen hervorgeht, nähern sich die Konsolen nicht nur in puncto Technik immer mehr an die Computer an, sondern bieten auch immer mehr Spielgenres, die bisher nur PC-BenutzerInnen vorbehalten waren. Nach den Shootern, die auf Computern sehr viele Fans haben, aber seit längerem auch auf Konsolen viele Fans und Gruppierungen um sich scharen – sogar zu Clans führen, was man bislang nur von PC-Shootern gewohnt war – erobern langsam aber sicher auch die MMORPGs die Heimkonsolen. Diese waren bislang hauptsächlich auf Computer beschränkt, obwohl mit *Everquest Online Adventures* (2003 PS2) und *Final Fantasy XI* (2003 PS2, 2006 Xbox 360) bereits früher im kleinen Maß dem Online-Rollenspiel gefrönt werden konnte. Einhergehend mit immer schnelleren und stabileren Internetleitungen, sowie technisch ausgereiften und mit vielen Kommunikationskanälen ausgestatteten Konsolen (vor allem PS3 und Xbox 360), gibt es für 2009 viele Ankündigungen für Konsolen MMORPGs. Darunter etwa das Fantasy-Spiel *Age of Conan* für Xbox 360, die Superhelden-MMORPG *Champions Online* (Xbox 360) und *DC Universe Online* (PS3) oder der Mix aus Action-Shooter und MMORPG *The Agency* (PS3). Auffallend dabei ist, dass viele der Spiele – anders als ihre PC-Pendants - keine zusätzlichen Kosten hervorrufen und vor allem jene von Sony Online (z.B. *The Agency*) oft darauf ausgelegt sind, dass PC- und PS3-User gemeinsam spielen und natürlich auch miteinander kommunizieren können.

Bisher gab es kaum solche systemübergreifende Online-Spiele, doch Microsoft leistete hierbei Pionierarbeit mit dem Ziel in Zukunft das gemeinsame Online-Gaming zwischen PC- und Xbox 360-NutzerInnen zu ermöglichen. Das erste Spiel das dies ermöglichte war der Ego-Shooter *Shadowrun* (2007), der von Grund auf den Multiplayer-Part ausgerichtet war. Wie bei der Xbox 360 üblich, konnten auch User von Windows Vista Freundeslisten verwalten, und Suchoptionen für Zufallsgefechte eingeben. Ebenfalls unterstützt wurden Text- und Sprachnachrichten über Tastatur und Headset. Die Fusion klappte problemlos

und die SpielerInnen merkten gar nicht, dass ihre Gegner auf einer anderen Spieleplattform spielen. Der Nachteil den die Spieler und Spielerinnen auf der Xbox 360 infolge der Controller-Steuerung zu erwarten hätten, die keinesfalls so präzise wie eine Maus-Steuerung auf dem PC ist, wurde durch eine höhere Streuung der Waffen der Xbox 360-Version ausgeglichen. Weitere Online-Gaming-Crossovers sollen in Zukunft vermehrt zwischen PC und Xbox 360 stattfinden, aber auch Sony könnte mit MMOs wie *The Agency* oder dem MMORPG *DC Universe Online* Cross-Platform-Gaming theoretisch möglich machen.

Aber auch bisherige Single-Player-Spiele werden immer mehr in Richtung Community-Games getrimmt. So ist es etwa bei *Fable II* (erschien im Oktober 2008 für Xbox 360), dessen Vorgänger ein reines Einzelspieler-Rollenspiel war, möglich, alle anderen SpielerInnen als leuchtende Lichtkugeln durch die Landschaft schweben zu sehen, wenn die Xbox 360 Konsole mit Xbox LIVE verbunden ist. Mit jenen vereinfacht dargestellten Abbildungen der anderen Spieler und auch Spielerinnen kann man nicht nur per Sprach- oder Textchat interagieren und Gegenstände oder (Spiel-)Geld austauschen. Eine Person kann sogar in das eigene Spiel eingeladen werden, um gemeinsam durch die fantastische Welt zu ziehen und Abenteuer zu bestreiten – und sogar für spätere Kontaktaufnahme in die Freundesliste aufgenommen werden. Obwohl dieser zweite (Kooperations-)Modus relativ klassisch ist, entspricht das Feature mit den Lichtpunkten schon sehr einer Sozialen Infrastruktur à la *Second Life* und hat auch viele Ähnlichkeiten mit MMORPGs. Auf die Frage, ob er sich einen möglichen dritten Teil von *Fable* als MMORPG vorstellen könnte, erklärte der Produzent des Spiels, Peter Molyneux von Lionhead Studios, in einem Gespräch mit dem Verfasser dieser Diplomarbeit – im Zuge eines Besuches zur Berichterstattung über den zweiten Teil⁵⁷ –, dass dies eine logische Weiterentwicklung sein könnte. So erschließen sich die NextGen-Konsolen auf einfache Art und Weise schon langsam aber sicher auch das Publikum von MMORPGs und MMOS und bringen durch die Einfachheit der Bedienung sowie keine bzw. geringe Zusatzkosten ein neues Publikum auf den Geschmack.

Die Nintendo Wii hingegen offeriert durch ihre umständlichen und teils wenig attraktiven Online-Konzepte dagegen erst jene Features, die Konsolen-Gamer bereits vor einigen

⁵⁷ Zu finden in der ersten Ausgabe des Printmagazins *consolPLUS* (01/08, 40-45)

Jahren auf der PS2 und Xbox erleben konnten, wodurch sich die Kommunikation zwischen den Nutzenden von den Spielsystemen direkt auf Webforen und Chats verlagert, ähnlich wie dies schon bei PC-Online-Games schon immer zusätzlich zu den Spielen selbst der Fall war.

Aus diesen bereits dargebrachten technischen Gegebenheiten der drei Konsolen sowie der in den vergangenen Kapiteln behandelten Theorie leitet sich demnach für den folgenden empirischen Teil folgende erste Hypothese ab:

Unterschiedliche Online-Konzepte bei Spielsystemen fördern unterschiedliche Beziehungen zwischen SpielerInnen.

So ist zu erwarten, dass PC-MMORPG-SpielerInnen aufgrund der vielfältigen Kommunikationswege und Möglichkeiten zur gemeinsamen Interaktion die stärksten Bindungen zeigen, auch wenn Yee (2007) und Utz (2000) gezeigt haben, dass es hier durchaus unterschiedliche Motivationen und Auslegungen der sozialen Komponente seitens der SpielerInnen gibt, aber auch die Xbox 360 mit ihrem verstärkten Einsatz der Freundeslisten, die bereits Ähnlichkeit mit Netzwerk-Plattformen wie Facebook, welches ab Herbst 2009 sogar mit dem Xbox360-Gamer-Profil kombiniert werden kann, oder MySpace aufweisen, ähnlich hohe Bindungen haben könnten.

Die PlayStation 3 könnte aufgrund technischer Einbußen und einem weniger durchdachten Community-Konzepts weniger ausgeprägte Beziehungen zwischen den SpielerInnen aufweisen – auch wenn die SIP Theorie von Walther (1992, 1994) hier greifen könnte und die User im Laufe der Zeit auch die vorhandenen Kommunikationswege nutzen, um sich langfristige und emotionale Beziehungen aufzubauen. Ähnliches könnte zwar auch von der Nintendo Wii erwartet werden, die benutzerunfreundlichen Möglichkeiten zur synchronen sowie asynchronen Kommunikation lassen jedoch darauf schließen, dass sich hier über die Konsolen direkt fast keine, bis überhaupt keine Beziehungen etablieren. Sämtliche existierenden Freundschaften über die Wii und die tragbaren Konsolen haben sich deshalb mit großer Wahrscheinlichkeit aus dem Reallife der User bzw. durch den Besuch von Fan-Foren und Chats oder über andere Spielsysteme entwickelt.

Als logische Konsequenz zu den unterschiedlichen Beziehungs-Entwicklungen auf den Spielsystemen, kann unter Berücksichtigung der Motive für Online-Gaming, etwa Yee (2007), Taylor (2006) und Bartle (1996), im dritten Kapitel dieser Arbeit, sowie der Auswirkung auf den Grad der Social Presence, der Immersion und sogar eines möglichen Flows darauf geschlossen werden, dass:

Je mehr enge Beziehungen die Spielenden auf einem Spielsystem pflegen, desto mehr Zeit wird in die Spiele investiert.

Jener zweiten Hypothese folgend sollten also die Computer-Spieler und Spielerinnen alleine schon aufgrund der dominanten Spiel-Genres der MMORPGs, aber auch der fordernden Ego-Shooter mehr Zeit im Online-Spiel verbringen, als Besitzer einer Xbox 360, PlayStation 3 und Wii. Bezugnehmend auf die Theorie der Sozialen Präsenz von Short et al. (1976) dürfte es jedoch einige Nutzer und Nutzerinnen der Xbox 360 geben, die ähnlich lange spielen, während auf der PS3 weniger und auf Wii noch weniger Zeit ins Spiel investiert werden dürfte. Um jene Hypothesen genau zu prüfen und weitere Forschungsfragen zu klären, wurde eine quantitative Erhebung durchgeführt, die im folgenden empirischen Teil analysiert werden soll.

13. Empirischer Teil

Zwischen dem 5. Dezember 2008 und dem 7. Jänner 2009 wurden Online-Gamer mittels Online-Fragebogen zu ihren Spiel-Gewohnheiten befragt. Der anonyme Fragebogen wurde über die Webseite der größten österreichischen Konsolenplattform consol.AT (www.consol.at) bzw. des deutschen Pendantes consolPLUS (www.consolplus.de) im Forum der österreichischen, deutschen und schweizer Webvertretung der gleichnamigen Zeitschrift (Deutschland und Schweiz: consolPLUS) und auch im wöchentlichen Podcast beworben. Im Fragebogen⁵⁸, der vor dem Start der eigentlichen Befragung mit einer zufällig ausgewählten Gamer-Gruppe von 40 Personen getestet wurde, wurden nicht nur die Spielgewohnheiten und Besitz von Spielplattformen abgefragt, sondern auch Fragen zur Anzahl und Art der Beziehungen zu offline und online getroffenen Friends (so der gängige Name von SpielerInnenfreundschaften bzw. SpielerInnenbeziehungen) im Bezug auf die ausgewählten Plattformen gestellt. So hatten die Probanden pro Konsole jeweils zwischen 23 und 25 Fragen zu beantworten. Aufgrund der relativ langen Dauer (etwa 40 Minuten bei Personen, die alle Spielsysteme für Online-Gaming nutzen), betrug die Quote der vollständig ausgefüllten Tests jedoch nur 60 Prozent. Ausgewertet wurde anschließend mit SPSS (17.0).

Generell sollten einige wichtige Punkte zur Qualitätsbeschreibung des folgenden empirischen Teils geklärt werden: Aufgrund der nicht absolut zu erfassenden Grundgesamtheit der Personen, die online am PC oder mit ihren Konsolen spielen, und der Entscheidung zugunsten einer Zufallsstichprobe sollten die folgenden Ergebnisse keinesfalls unkritisch rezipiert werden. Die Entscheidung für eine Zufallsstichprobe und die Rekrutierung der Probanden über Videospiele- und PC-Spiel-Plattformen im Internet wurde getroffen, weil die Thematik bisher wenig erforscht ist. Wie Bortz und Döring (2006) jedoch zu bedenken geben, können die Daten jedoch deshalb nur ein eingeschränktes Situationsbild widerspiegeln und sollten immer im Kontext gesehen werden, dass eben nur ein kleiner Ausschnitt deutschsprachiger Konsolen- und PC-

⁵⁸ Sämtliche Fragen und Antwortmöglichkeiten finden sich im Anhang im Kapitel 15.2

SpielerInnen untersucht wurde. So weist die folgende Studie ebenfalls explorative Züge auf und ermöglicht es Tendenzen aufzuzeigen, die aufgestellten Hypothesen und ihre Prüfung soll jedoch keinesfalls als generalisierbares Ergebnis angesehen, sondern immer im Zusammenhang mit dem gewählten Untersuchungsablauf und den daraus folgenden Konsequenzen gesehen werden. Ebenfalls mit Bedacht zu betrachten sind jene Prozentangaben auf den Abbildungen zu den unterschiedlichen Konsolen, bei denen die Zahl der Befragten aufgrund der ohnehin relativ kleinen Stichprobengröße durch weitere Unterteilung noch kleiner ausgefallen ist. Zum besseren Vergleich mit den anderen Systemen wurden diese Angaben zwar getätigt, die Lesenden sollten sich jedoch im Klaren sein, dass es sich dabei (vor allem auf Wii und PS3) oftmals nur um wenige Probanden handelt.

13.1 Ergebnisse

Aus der Befragung ergaben sich insgesamt 510 ausgefüllte Fragebögen. Davon waren 207 jedoch nur unzureichend ausgefüllt und wurden vor der Auswertung aussortiert. Von den 303 brauchbaren Fällen wurden wiederum jene 44 Personen (2 Frauen und 42 Männer im Durchschnittsalter von 24 Jahren) entfernt, die zwar Spielsysteme (Konsolen und/ oder PC besitzen) mit diesen Geräten jedoch nicht online spielen. Das ergab insgesamt 259 Personen (205 aus Österreich, 52 aus Deutschland und zwei Personen aus einem anderen Land), deren Spiel- und Kommunikationsverhalten genauer analysiert wurde.

Das Durchschnittsalter dieser Befragten ($n=259$) betrug 23,41 Jahre im arithmetischen Mittel ($SD=6,96$; Spanne: 12 bis 45), da die Daten jedoch nicht normalverteilt (im Sinne der Gauß'schen Glockenkurve) sind, sei auf den Median von 22 Jahren verwiesen ($IQR=10$). Das Nichtvorhandensein einer Normalverteilung liegt mit Sicherheit darin begründet, dass Videospiele zwar eine jugendliche Zielgruppe noch immer etwas stärker ansprechen als Erwachsene, doch auch unter den Mit-Zwanzigern noch viele Spielende zu finden sind – und das Interesse scheinbar erst mit zunehmendem Alter abflaut - wodurch eine rechtsschiefe Verteilung entsteht.

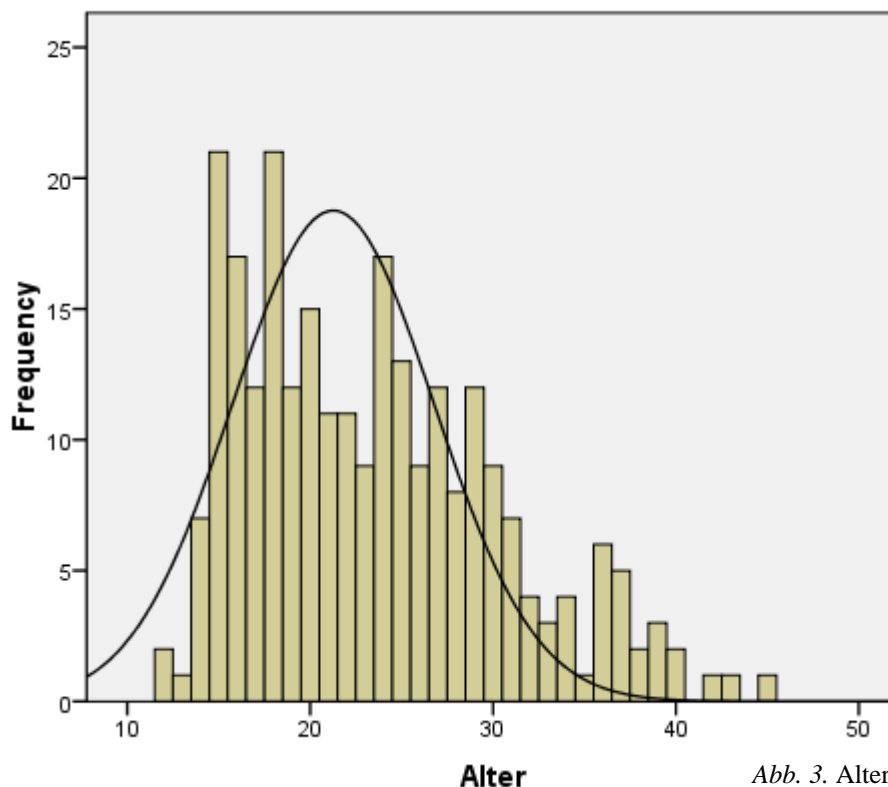


Abb. 3. Altersverteilung der Befragten ($n=259$)

Gruppiert man das Alter der Befragten, erhält man folgendes Bild und die darauf zu findende Prozentverteilung.

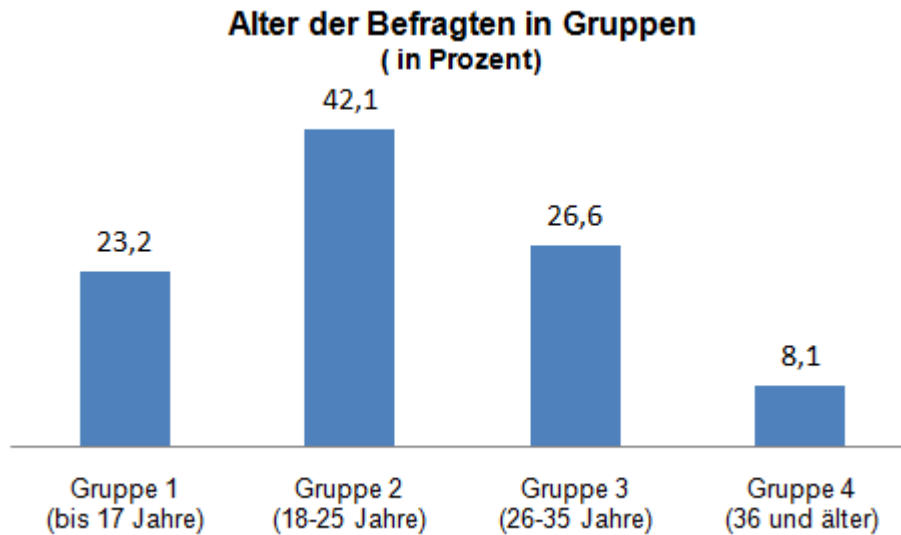


Abb.4. Alter der Befragten in Gruppen (n=259)

Daraus lässt sich erkennen, dass die Gruppe der 18- bis 25-jährigen zwar die größte Gruppe darstellt, die Gruppen der bis einschließlich 17-jährigen und 26- bis 35-jährigen gemeinsam jedoch fast die Hälfte der Untersuchungsteilnehmer ausmachen. Einzig die Gruppe der ab 36-jährigen ist relativ klein ausgefallen, was jedoch darauf zurückgeführt werden kann, dass – wie auch Castronova (2005) und Yee (2006) festgestellt haben – diese Generation im Gegensatz zu ihren jüngeren KollegInnen noch nicht mit dem Medium Videospiele aufgewachsen ist. Auch bei der Geschlechtsverteilung ergab sich ein ungleiches Bild. Lediglich 10 (3,5 Prozent) der Teilnehmenden waren Frauen. Dieser niedrige Prozentsatz könnte verschiedene Ursachen haben: So wäre es möglich, dass generell nur wenig Frauen digitale Spiele frequentieren – dem steht jedoch die Untersuchung von Yee (2006) gegenüber, bei der zumindest 14,6 Prozent der Befragten weiblich waren. Dabei handelte es sich jedoch vorrangig um PC-Gamer, bei denen der hohe Anteil an RollenspielerInnen großen Einfluss hat. Wie auf den nächsten Seiten angegebene Aufstellungen noch zeigen werden, ist aber genau jenes Genre auf den Konsolen weniger präsent. Außerdem ist es schwer, sich ein generelles Bild von Konsolen-Spielerinnen zu machen. Bei der Online-Nutzung von Konsolen gibt es nämlich leider weder von Sony, noch Microsoft oder Nintendo offizielle Zahlen, was die Geschlechterverteilung im

PlayStation Network, Xbox LIVE oder dem Online-Service von Nintendo betrifft; Pressesprecher sprechen jedoch unter vorgehaltener Hand von relativ geringem Frauenanteil unter den Nutzern. Woran es liegen könnte, dass die Spiel-Konsolen – was das Online-Gaming anbelangt – eine Männerdomäne zu sein scheinen, lassen Blog- bzw. Forums-Einträge weiblicher Gamer vermuten, die von sexueller Belästigung oder unangemessener Sprache berichten, wie folgende Einträge aus einem Forum zeigen⁵⁹:

Rosesforever89: *„Well I am a girl and I dont have xbox live but I can tell you that maybe they are afraid of what will be said. Im sure that something was said to them that made them uncomfortable before. [...] These days its hard for girls to get on the internt or have online relationships with ppl because of the harrassment they sometimes get.”*

Pearl_of_Egypt: *“it's just annoying and uncomfortable. if I'm gonna go online to play, I don't wanna have a ton of creepy messages.”*

Wobei auch die männlichen Gamer unterschiedliche Ansichten haben.

AtomicBaconBits: *„I have 4 girls on my XBL friends list. They all, especially one, get stalkers and creepy messages all the time...so can you blame them? Not really. The whole OMGZ ITZ A GURL!!! thing isn't nice...I dunno,i just talk to them like I normally would with any gamer.”*

HellRazer360: *“i dont even want them on my friends list....they know when they get into a game guys will flirt and be all goody goody with them...so i dont even bother with em”*

Ähnliches wusste auch Bonnie Ruberg in einem Gastbeitrag auf einer Website für Spielernnen zu berichten, die ihre Erfahrungen auf Xbox Live folgendermaßen auf den Punkt bringt: *„When women join in, they're regarded as intruders, or, at best, guests.”*⁶⁰

⁵⁹Mehr Forumseinträge finden sich auf der Website von Gamespot:
http://www.gamespot.com/pages/forums/show_msgs.php?topic_id=26178830&page=1 (Stand: 12. Jänner 2009)

⁶⁰ Den gesamten Blog-Eintrag findet man auf dem Gameportal für Frauen Gamegal:
<http://www.gamegal.com/news/newsscript.cgi?record=26> (Stand: 12. Jänner 2009)

Ein Phänomen digitaler Diskriminierung, dem man sich auf jeden Fall in Zukunft noch genau widmen sollte. Eine andere mögliche Erklärung für die niedrige Teilnahmequote von Frauen an der Umfrage ist, dass die Befragung über Gaming-Communities wie Konsolen- und Computer-Spiel-Portale, einschlägige Foren und einen Audio-Podcast beworben wurde. Die zwei Webseiten von denen die meisten Befragungsteilnehmenden zuströmten (www.consol.at/ www.consolplus.de sowie www.gamers.at/ www.gamersplus.de), werden laut Mediendaten 2007 lediglich von einem Frauenanteil von knapp über 10 Prozent besucht⁶¹.

Interessant ist auch der Vergleich des Besitzes und der Nutzung der Online-Dienste der Spielsysteme bei den Befragten (n=303, da Zahl der Konsolen-BesitzerInnen) aufgeteilt nach den vorweg etablierten Altersgruppen (in Prozent):

Altersgruppe	PC		Xbox 360		PS3		Wii	
	Besitz	Online	Besitz	Online	Besitz	Online	Besitz	Online
bis 17 Jahre	86,7	48,3 (-38,4)	56,7	48,3 (-8,4)	41,7	31,7 (-10)	33,3	10 (-23,3)
18 – 25 Jahre	92,7	80,7 (-12)	66,1	57,8 (-8,3)	29,4	19,3 (-11)	38,5	8,3 (-30,2)
26 – 35 Jahre	91,3	52,2 (-39,1)	65,2	59,4 (-5,8)	37,7	14,5 (-23,2)	46,4	11,6 (-34,8)
36 und älter	76,2	38,1 (-38,1)	61,9	57,1 (-4,7)	52,4	28,6 (-23,8)	57,1	28,6 (-28,5)

Abb.5. Gegenüberstellung: Besitz und Online-Nutzung der Systeme (n=303)

Aus dieser Gegenüberstellung lässt sich ableiten, dass die befragten Xbox-BesitzerInnen generell mehr Gebrauch von den Online-Funktionen ihrer Konsole machen, während es bei allen anderen Spielsystemen offensichtlich große Unterschiede zwischen dem Besitz und der Online-Nutzung gibt. Interessant ist auch, dass – unabhängig von den Altersgruppen – der PC (mit Ausnahme der 18 – 25-jährigen) und die Wii generell weniger von den Befragten online genutzt werden, als etwa Xbox 360 oder PlayStation 3. Weiters muss beachtet werden, dass die Anzahl der Befragten nicht mit der Anzahl der einzelnen Konsolen gleichgesetzt werden darf, da es unter den 259 befragten Online-SpielerInnen auch Multi-System-User gegeben hat: Zwar waren 167 Personen Single-System-User (6 nur Wii, 83 nur Xbox, 20 nur PS3 und 58 nur PC), der Rest verteilte sich jedoch auf Personen, die mit zwei Spielsystemen online spielen (8 Wii + PC, 3 Wii + Xbox, 4 Wii +

⁶¹ Mediendaten von consol.Media laut: <http://www.consolmedia.at/downloads/MD-Online.pdf> (Stand: 4. Dezember 2008)

PS3, 7 Xbox + PS3, 42 Xbox + PC, 18 PS3 + PC) und einige, die mit drei System online spielen (3 PC+ PS3 + Xbox, 5 Wii+ Xbox+ PC und 1 Wii + PS3 + PC). Nur eine befragte Person nutzte alle vier behandelten Spielplattformen zum Online-Spiel. Was den Bildungsstand der Befragten (n=259) betrifft, gaben 32,6 Prozent als höchste abgeschlossene Ausbildung Abitur/Matura an, gefolgt von 23,2 Prozent, die Pflichtschul- oder Hauptschulabschluss vorweisen konnten, 15,9 Prozent hatten eine Lehre hinter sich, 11,6 Prozent verfügten über den Abschluss einer berufsbildenden Schule (z.B. Handelsschule) oder eines polytechnischen Lehrganges und 12 Prozent erlangten einen akademischen Titel an einer Hochschule. Von diesen 259 Personen gehen 49,4 Prozent noch einer schulischen/studentischen Bildung nach, 43,2 Prozent arbeiten Vollzeit, 11,6 Prozent Teilzeit, 3,9 Prozent sind selbstständig, 2,7 Prozent sind arbeitslos und eine Person ist bereits in Pension. Des Weiteren sind 59,5 Prozent der Befragten Singles, 32,2 Prozent in einer Beziehung und weitere 8,1 Prozent verheiratet; 10,8 Prozent haben überdies schon eigene Kinder. Auch in Bezug auf die Online-Beziehungen, die auf den einzelnen Systemen unterhalten werden, gibt es große Unterschiede; rein prozentuell ergibt sich folgendes Bild, wenn man die Anzahl an Kontakten in den Freundeslisten (also die Summe aus Strong und Weak Ties) der Spielsysteme visualisiert.

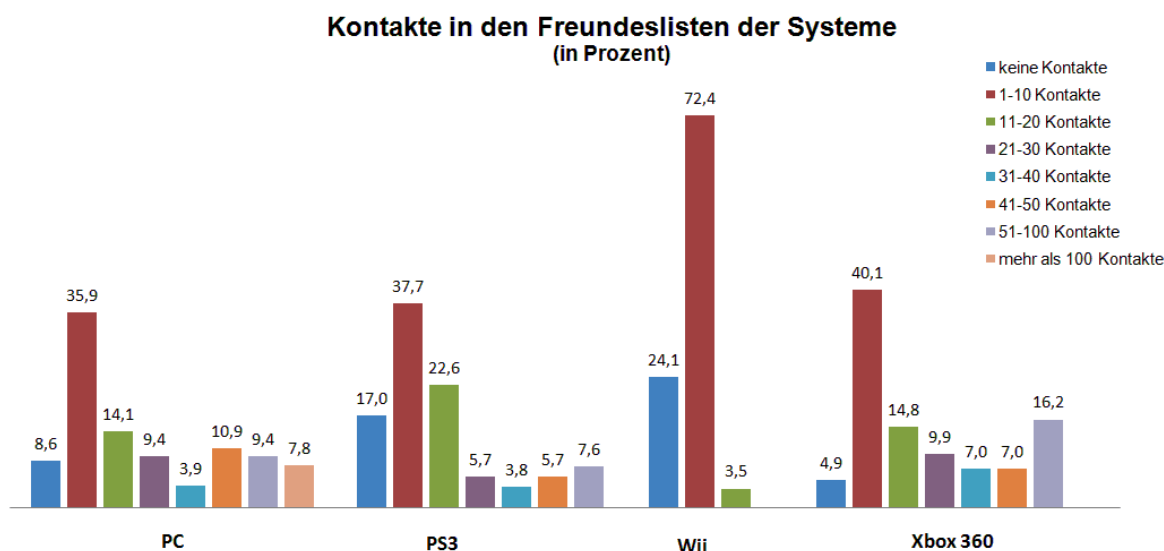


Abb.6. Kontakte in Freundeslisten der Systeme
($n_{PC}=128$, $n_{PS3}=53$, $n_{Wii}=29$, $n_{XB360}=142$)

Auf der Xbox 360 ist die Anzahl der befragten User ohne Kontakte in der Freundesliste am geringsten – was mit großer Wahrscheinlichkeit daran liegt, dass durch das kostenpflichtige Abonnement der Online-Community größerer Zugang zum Finden von

Mitspielern besteht. Aber auch die Wii fällt sofort ins Auge, bei der die Befragten überhaupt nur maximal bis zu zwanzig Kontakte in ihren Freundeslisten haben – beinahe ein Viertel hat sogar überhaupt keine Personen in ihren Kontakt-Listen registriert. Aber auch beim PC und der PS3 ist auffällig, wie groß der Anteil der Personen ohne Kontakte in den Listen ist. Betrachtet man die Anzahl der Familienmitglieder & Reallife-Freunde in den Kontaktlisten genauer, ergibt sich folgende Situation:

Familienmitglieder & Reallife-Freunde in den Freundeslisten der Systeme
(in Prozent)

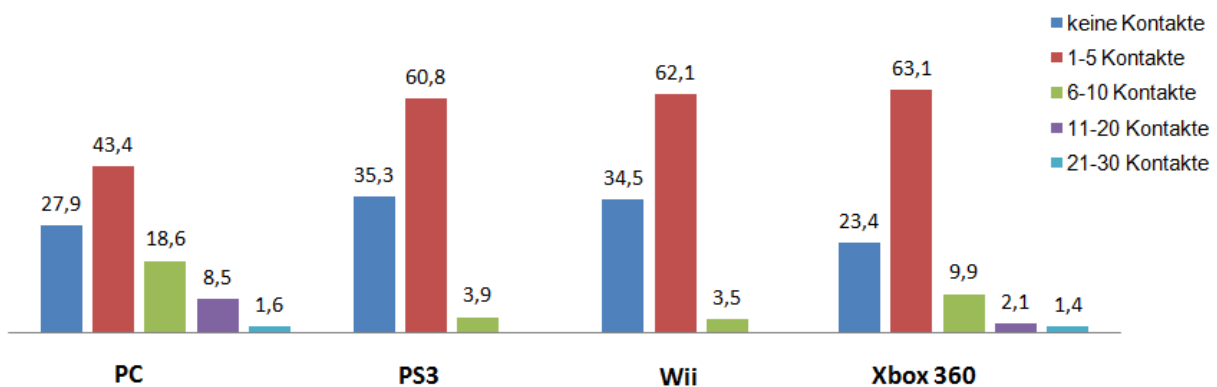


Abb.7. PC: Familie & RL-Freunde in Freundeslisten
($n_{PC}=129$, $n_{PS3}=51$, $n_{Wii}=29$, $n_{XB360}=141$)

Generell zeigt sich auf allen Systemen, dass ein Großteil der Befragten mit bis zu fünf Personen ihres realen Umfelds über die Spielsysteme spielen. Wider Erwarten ergibt sich laut Befragung auf PS3 und Wii, trotz völlig unterschiedlicher Kommunikationsmöglichkeiten, ein recht ähnliches Bild, was die die darüber gepflegten Strong Ties mit Familienmitgliedern und Reallife-Freunden angeht. Es zeigt sich vor allem bei der PS3 und der Wii, dass wesentlich weniger Strong Ties aus dem realen Umfeld vertreten sind, als auf PC und Xbox 360. Sogar mehr als ein Drittel der Befragten haben überhaupt keine Personen aus ihrem privaten Umfeld, mit denen sie online auf diesen beiden Systemen spielen. Bei PC und Xbox 360 ist es hier bloß rund ein Viertel – außerdem gibt es nur auf diesen beiden Systemen Personen, die bis zu 30 Kontakte aus ihrem privaten Umfeld zum Online-Spielen auf PC oder Xbox 360 treffen. Aber auch online werden neue Leute kennengelernt und in die Kontaktlisten der Konsolen integriert – von denen später auch welche den Status „echter“ Freunde annehmen können, wenn Weak Ties zu Strong Ties werden. Im Zuge der unterschiedlichen Online-Features der einzelnen Systeme unterscheiden sich die Punkte, an denen Spieler und SpielerInnen neue Kontakte

für spätere Online-Spiel-Sessions finden, jedoch erheblich, wie die folgende Übersicht eindrucksvoll veranschaulicht.

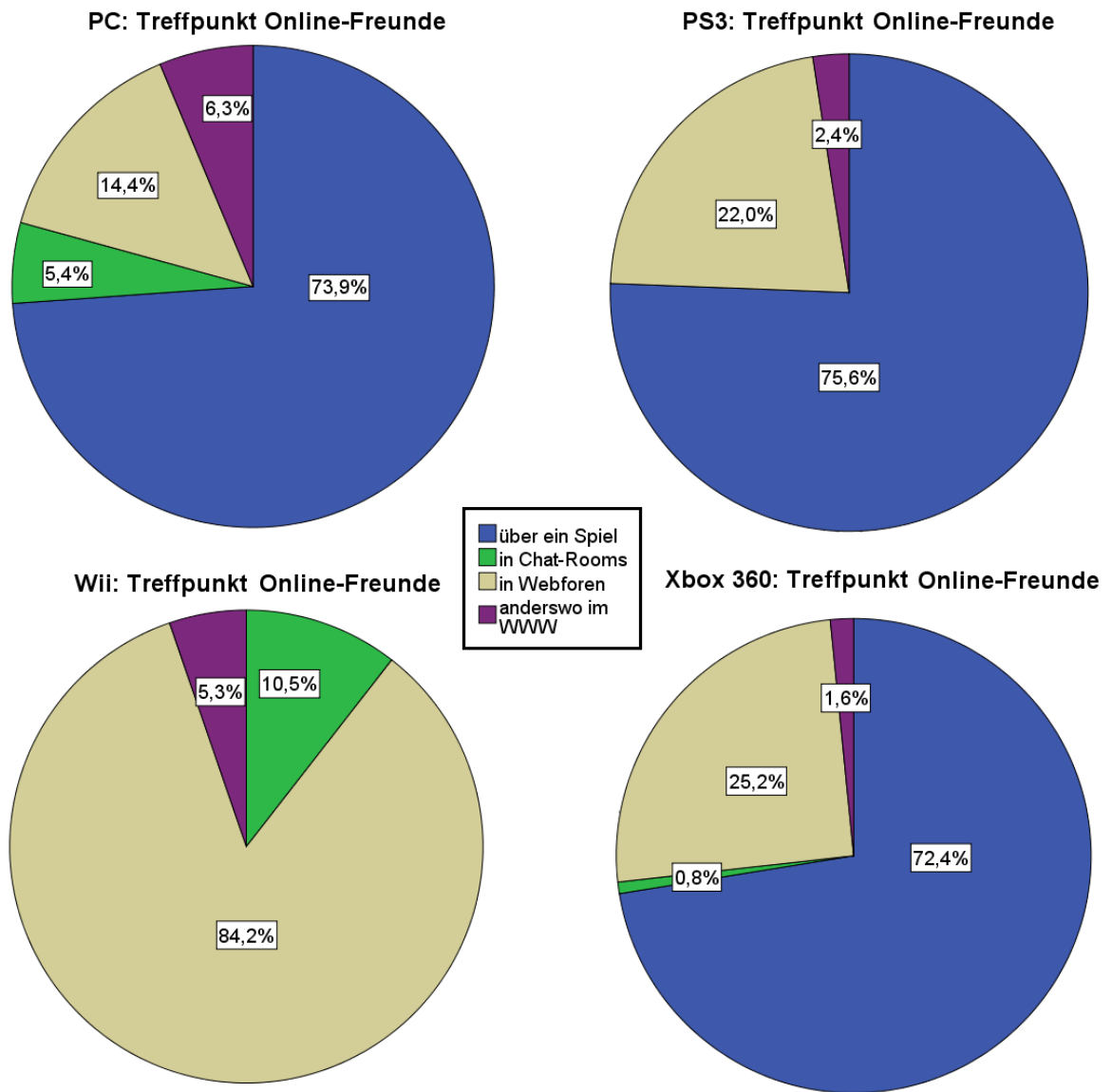


Abb.8. Treffpunkt Online-Freunde
($n_{PC}=129$, $n_{PS3}=53$, $n_{Wii}=29$, $n_{Xbox360}=144$)

Während sich die meisten Kontakte zwischen Spielern auf dem PC, der PS3 und der Xbox 360 über diverse Spiele etablierten, werden direkt auf der Wii keine geknüpft, was technisch auch gar nicht möglich wäre, da wie schon erwähnt zuvor bestimmte User-Identifikationen ausgetauscht werden müssen. Dies geschieht meist in Chat-Räumen oder Webforen, was auch den hohen Prozentsatz, der über diese Plattformen zustande gekommenen Kontakte erklärt. Interessanterweise hatte niemand der teilnehmenden PS3-

User Kontakte über einen Chat-Raum geknüpft. Unter den geringen Antworten unter der Rubrik „anderswo im WWW“ fanden sich generell betrachtet teilweise andere Spielsysteme, im PC-Bereich Bemerkungen wie eSport-Communities, Clan-Webseiten sowie generell Soziale Netzwerke wie Facebook oder Myspace. Aus diesen Kontakten erwachsen manchmal „echte“ Freundschaften, die sich mit ihren Reallife-Pendants vergleichen lassen. Doch auch hier gibt es große Unterschiede zwischen den einzelnen Systemen.

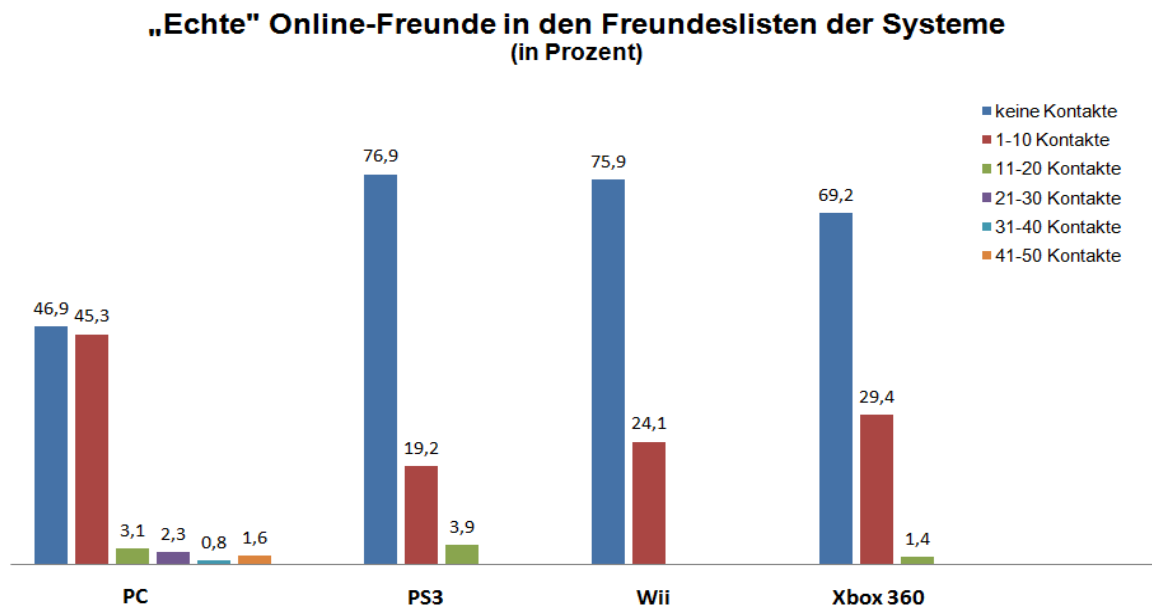


Abb.9. „Echte“ Online-Freunde in Freundeslisten
($n_{PC}=126$, $n_{PS3}=52$, $n_{Wii}=29$, $n_{XB360}=143$)

Interessant ist hier, dass – mit Ausnahme des PCs mit bloß knapp 47 Prozent – auf jedem Spielsystem annähernd drei Viertel der Befragten keine Online-Freundschaften geschlossen haben, und dass die Xbox 360 und der PC hierzu das größere Potenzial zu haben scheinen – einzig auf dem PC gab es auch User, die 20 bis 50 Personen in ihren Freundeslisten als „echte“ Freunde bezeichnen würden. Diese Ergebnisse könnten aber auch darauf zurückzuführen sein, dass die User verschiedener Konsolen auch eigene Präferenzen zu haben scheinen, was ihre Online-Spielgewohnheiten betrifft. Gefragt, ob sie lieber alleine, im Team mit Unbekannten oder mit bzw. gegen Personen aus ihren Kontaktlisten spielen würden, antworteten die Befragten auf jedem Spielsystem völlig verschieden.

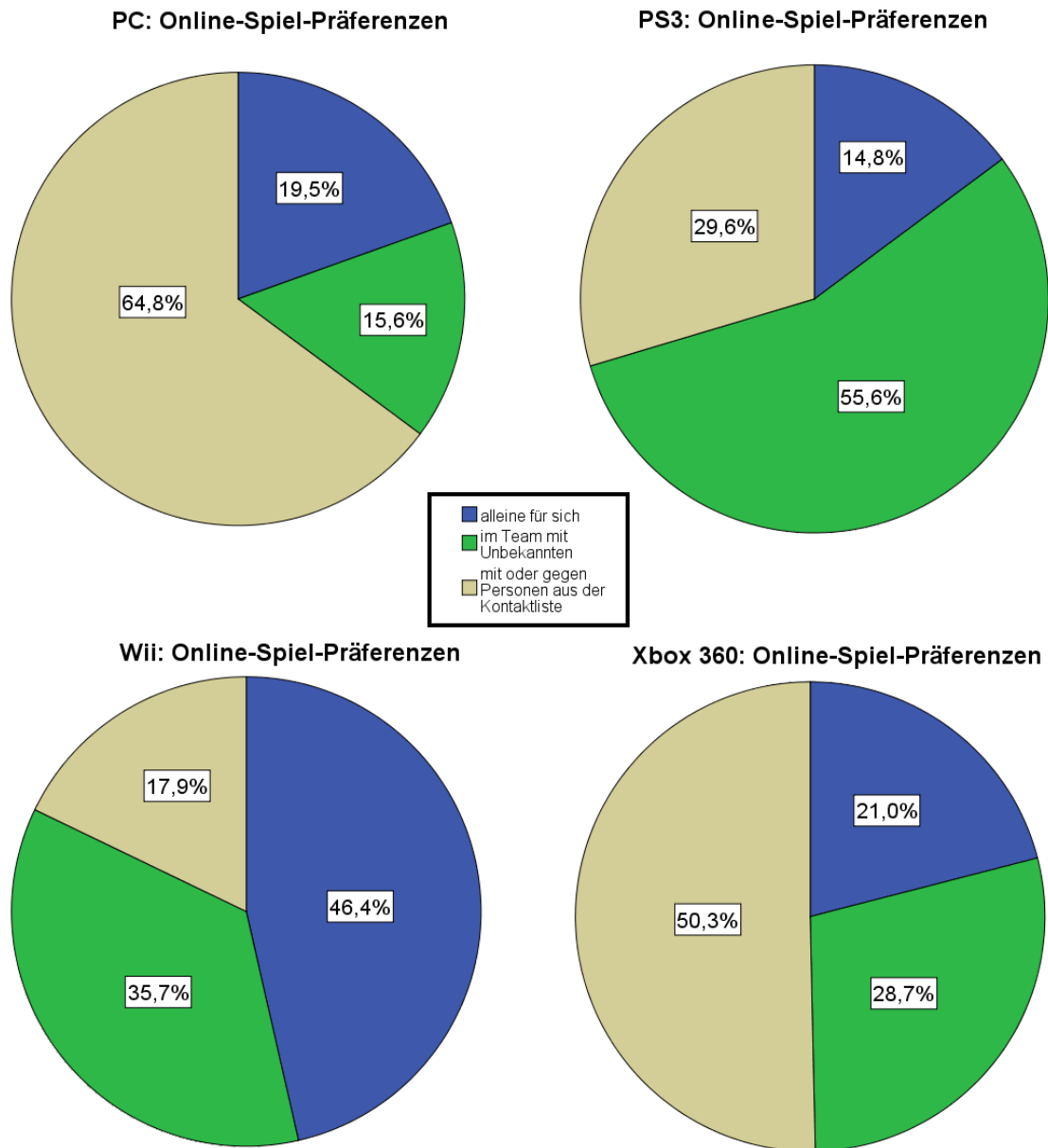


Abb.10. Online-Spiel-Präferenzen
($n_{PC}=128$, $n_{PS3}=54$, $n_{Wii}=29$, $n_{XB360}=143$)

Wie man sieht, scheint auf PC und Xbox 360 das Spiel mit bekannten Kontakten weit wichtiger zu sein, als auf PlayStation 3 und Wii. Dass so viele Wii-User vorwiegend alleine online unterwegs sind, hat mit großer Wahrscheinlichkeit damit zu tun, dass durch die bereits in vorangegangenen Kapiteln beschriebenen Online-Features der Konsole kaum Gemeinschaftsgefühl aufkommt, und viele Spiele kaum gemeinschaftliche oder persönlichere Online-Tätigkeiten unterstützen. Das zeigt sich auch, wenn man vergleicht, welche Kommunikationsmittel die Spielenden während des Spiels auf den unterschiedlichen Systemen benutzen:

Beliebtestes spielInternes Kommunikationsmittel auf dem PC (in Prozent)

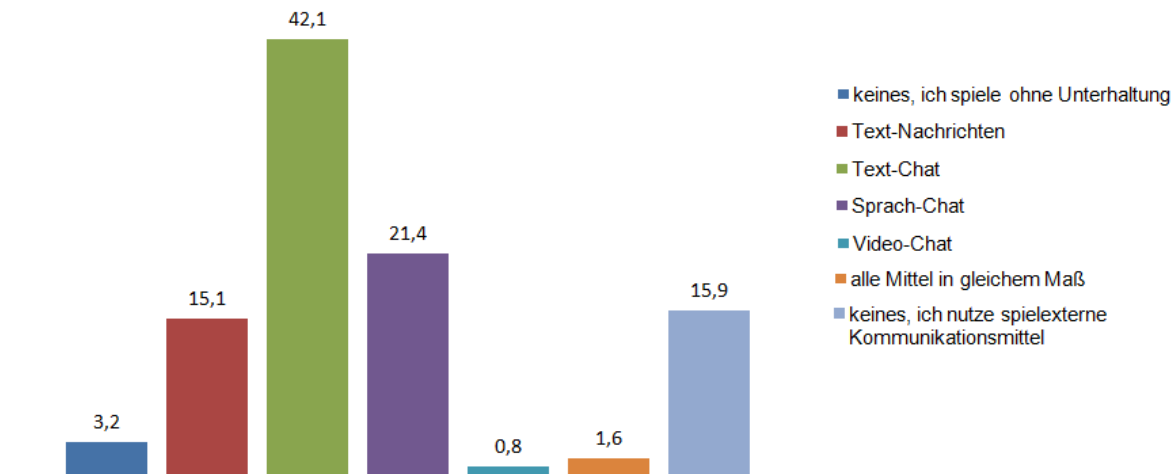


Abb.11. PC: Beliebtestes Komm. Mittel (int.) (n=126)

Besonders auffällig ist hier der große Anteil an Spielenden, die den In-Game-Text-Chat am liebsten nutzen, während nur halb so viele Gamer zum In-Game-Sprach-Chat tendieren. Wie der relativ hohe Prozentsatz von knapp 16 Prozent aber zeigt, muss man bei PC-SpielerInnen auch die spielexternen Kommunikationsmittel berücksichtigen:

Beliebtestes spielexternes Kommunikationsmittel auf dem PC (in Prozent)

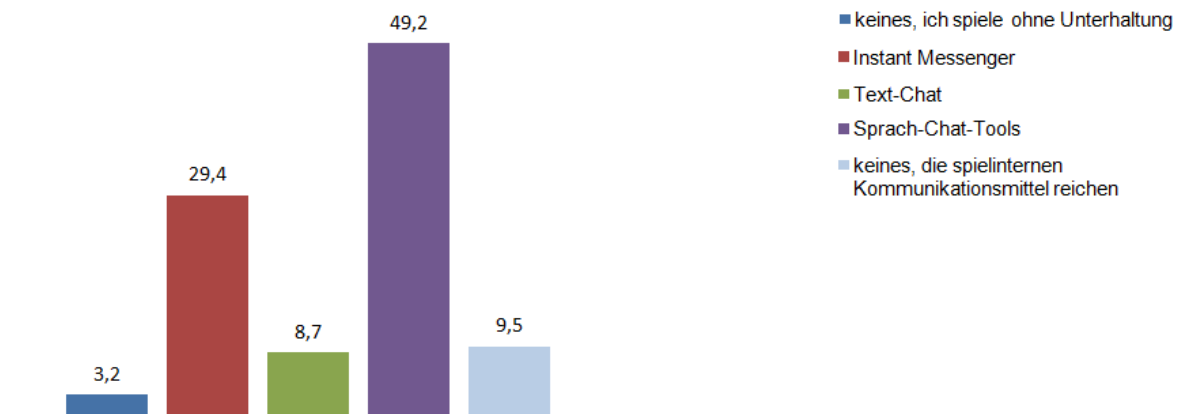


Abb.12. PC: Beliebtestes Komm. Mittel (ext.) (n=126)

Hier offenbart sich eine große Diskrepanz zwischen der relativ niedrigen spielinternen Haupt-Nutzung von Voice-Chats gegenüber spielinternen Text-Chats und ihren

spielexternen Ausführungen, wo sich das Verhältnis beinahe konträr darstellt. So nutzt fast die Hälfte der Befragten PC-User externe Sprach-Chat-Tools zur Kommunikation während des Spiels. Außerdem fällt der niedrige Prozentsatz jener SpielerInnen auf, die lieber ohne Kommunikation online spielen – etwas, das sich bei den Konsolen ganz anders darstellt:

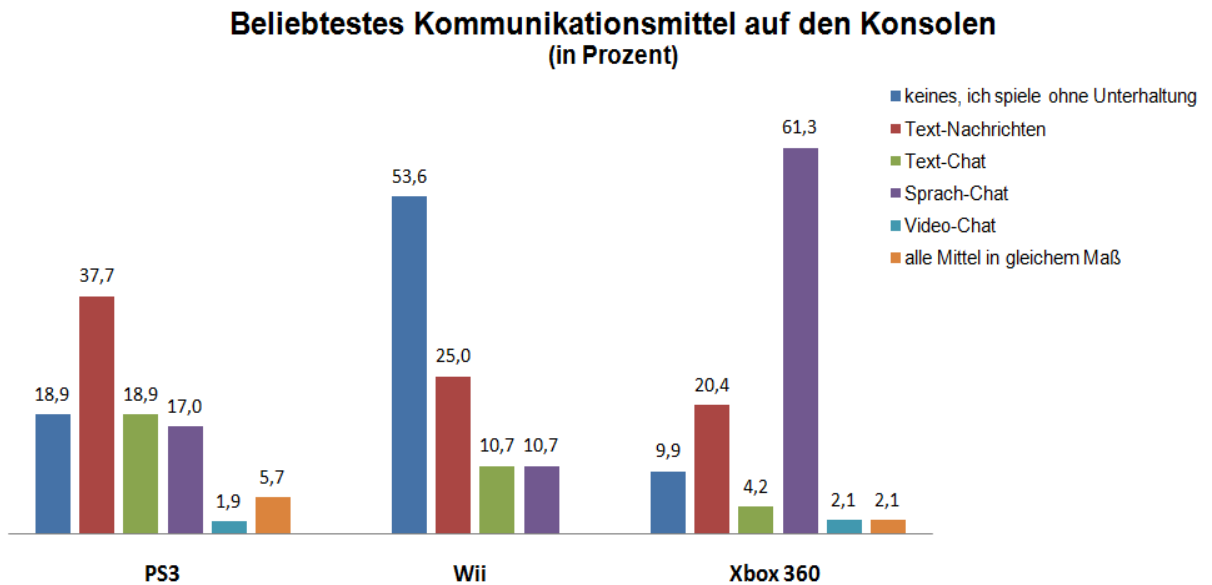


Abb.13. Beliebtestes Kommunikationsmittel auf den Konsolen
($n_{PS3}=53$, $n_{Wii}=28$, $n_{XB360}=142$)

Wie schon im theoretischen Teil vermutet, spielen mehr als die Hälfte der Wii-User online ohne jegliche Form der angebotenen Mittel zur Kommunikation zu benutzen. Auf allen Systemen wiederum annähernd gleich ist der Anteil jener Spielenden, die Text-Nachrichten dem Text-Chat vorziehen. Ein wenig überraschend ist der große Anteil an Xbox360-Gamern, die den Sprachchat als Hauptkommunikations-Mittel beim Online-Spielen nutzen. Wurde im theoretischen Teil der Diplomarbeit bereits auf die schlechteren Voice-Chat-Funktionen der PS3 hingewiesen, überrascht es jedoch, dass mehr Personen auf der Xbox 360 zum Sprach-Chat tendieren, als auf dem PC. Ein möglicher Grund dafür könnte sein, dass man auf dem PC wesentlich leichter über die Tastatur Text-Nachrichten oder Messages in Text-Chats verschicken kann, als über die virtuelle Xbox 360- oder die separat an den Controller ansteckbare Mini-Tastatur (Bild im Anhang). Ein weiterer Grund dafür könnte in den unterschiedlichen Genre-Präferenzen und den damit einhergehenden Kommunikationsbedürfnissen liegen. Welche Genres zum Zeitpunkt der Befragung bei den UntersuchungsteilnehmerInnen die meiste Online-Zeit beanspruchten, zeigen die folgenden Diagramme.

**PC: Bevorzugtes Genre beim Online-Spiel
(in Prozent)**

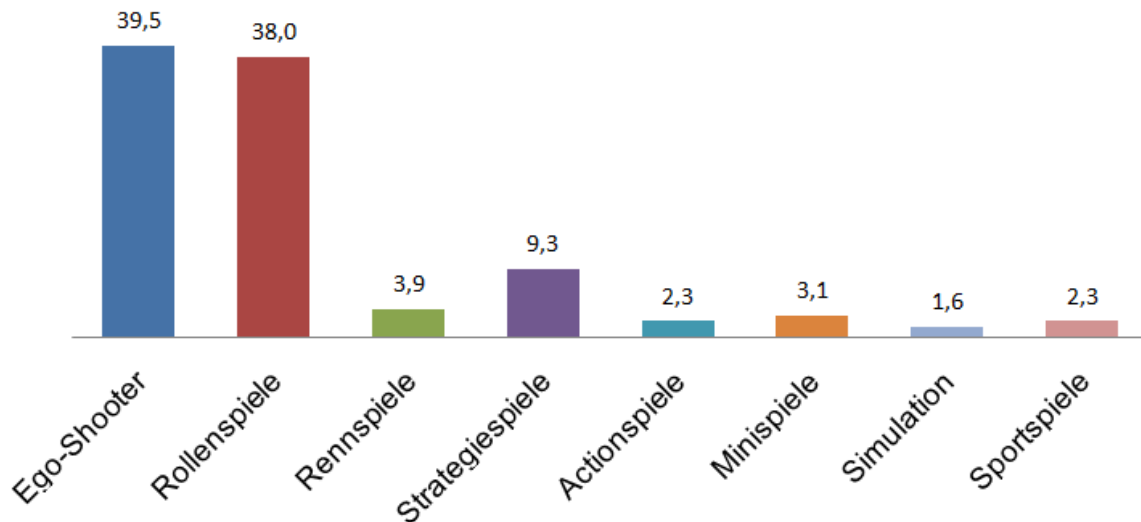


Abb.14. PC: Bevorzugtes Online-Genre (n=129)

Ganz deutlich im Spitzenfeld liegen mit jeweils fast 40 Prozent die Genres Ego-Shooter und Rollenspiele – genau, wie bereits im theoretischen Teil vorausgesehen – während sich die restlichen Genres die verbleibenden Prozente aufteilen. Einzig Strategiespiele wie *Starcraft* können noch höhere Zahlen für sich beanspruchen. Etwas, das sich auf den Konsolen anders darstellt:

**PS3: Bevorzugtes Genre beim Online-Spiel
(in Prozent)**

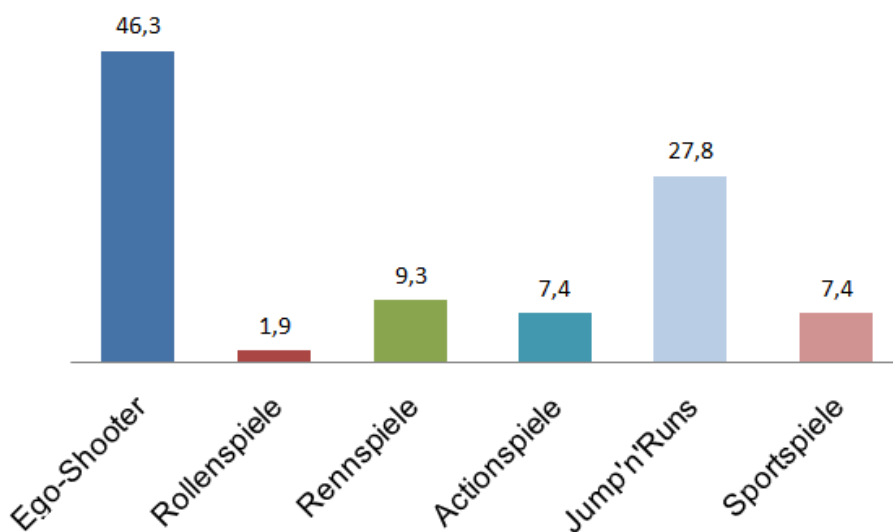


Abb.15. PS3: Bevorzugtes Online-Genre (n=54)

Wii: Bevorzugtes Genre beim Online-Spiel (in Prozent)

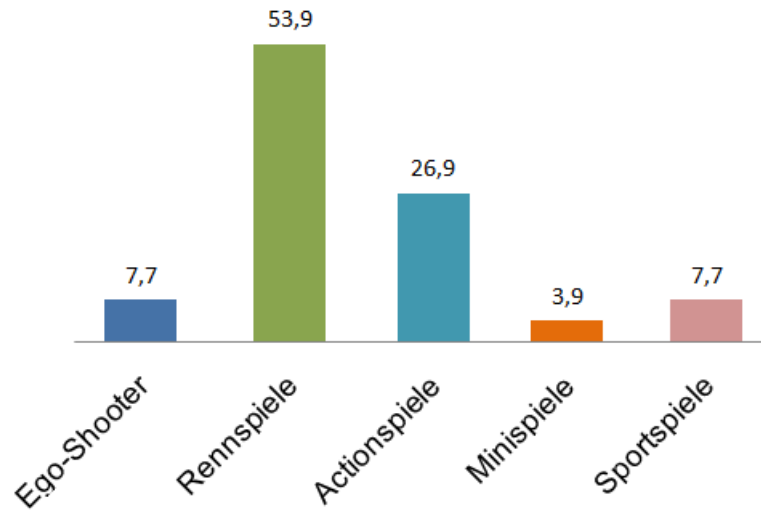


Abb.16. Wii: Bevorzugtes Online-Genre (n=26)

Ähnlich viele Genre-Nennungen in Bezug auf das Online-Gaming wie im PC-Bereich gab es nur auf der Xbox 360, wobei auch hier das populäre PC-Online-Genre der Rollenspiele kaum vertreten ist. Jedoch gibt es SpielerInnen auf Xbox 360, die ihre Online-Spielzeit am liebsten mit Strategie-Spielen verbringen, von denen für die Konsole von Microsoft im Vergleich zur PlayStation 3 auch mehr angeboten werden.

Xbox 360: Bevorzugtes Genre beim Online-Spiel (in Prozent)

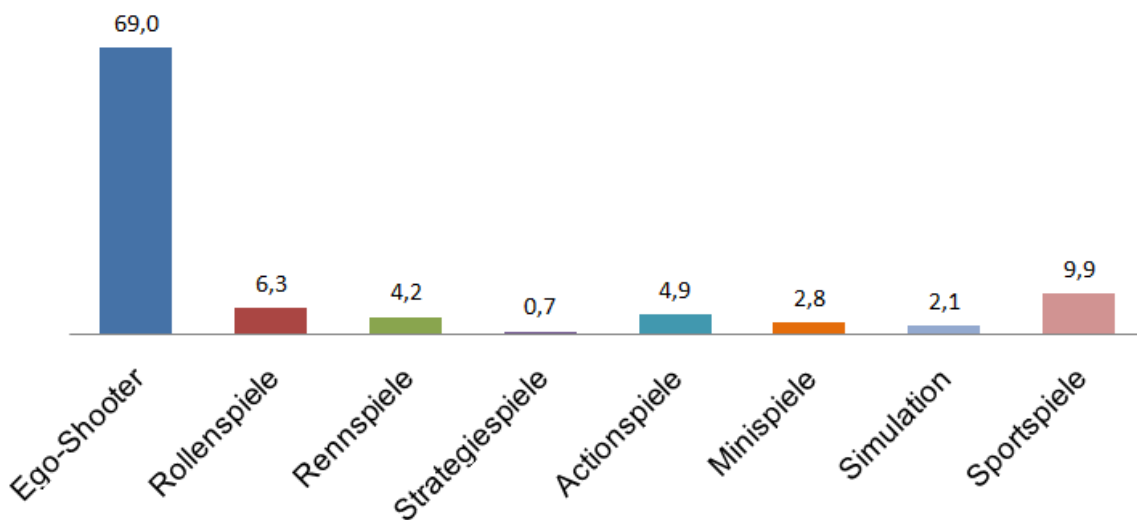


Abb.17. XB360: Bevorzugtes Online-Genre (n=142)

So sind es auf den beiden NextGen-Konsolen PS3 und Xbox 360 die Ego-Shooter, die den größten Anteil der Online-Zeit der befragten User verbrauchen. Dass auf das Jump'n'Run-Genre auf der PS3 von fast 28 Prozent der Befragten die meiste Online-Zeit entfiel, liegt mit großer Sicherheit darin begründet, dass nur einen Monat vor der Befragung mit *LittleBigPlanet* ein neues Jump'n'Run-Spiel auf den Markt kam, das über besonders ausgefeilte Online-Features gepaart mit einem einfachen Spielprinzip verfügt. Und die Wii-Prozentzahlen lassen sich einfach durch spezielle Spiele erklären: So sind es vor allem die First-Party-Titel, also jene Games, die von Nintendo selbst programmiert wurden, die über die besten Online-Features verfügen. Da wäre zum Einen das Rennspiel *Mario Kart Wii* und zum zweiten *Super Smash Bros. Brawl*, ein Action-Titel. Dass genau jene Genres bei der Befragung der UntersuchungsteilnehmerInnen am häufigsten im Bezug auf Online-Spiele genannt wurden (genau genommen spielten fast 54 Prozent (n=17) der Wii-Spielenden *Mario Kart Wii* am häufigsten, fast 27 Prozent (n=6) *Super Smash Bros. Brawl*), ist ein weiteres Indiz für die beobachteten Genre-Präferenzen beim Wii-Online-Spiel. Diese explorativ gewonnenen Ergebnisse lassen schon einen Trend in Bezug auf die beiden Hypothesen dieser Diplomarbeit erkennen, welche im folgenden Kapitel überprüft werden sollen.

13.2 Prüfung der Hypothesen

Widmet man sich den Ergebnissen zwecks Überprüfung der aufgestellten Hypothesen im Zusammenhang mit der Zufallsstichprobe nun mit weiter fortgeschrittenen statistischen Berechnungen kann aufgrund der Auswertung des Online-Fragebogens folgende durchschnittliche (Mediane, aufgrund von Ausreißern und nicht vorhandenen Normalverteilung) Anzahl an Online-Bekanntem und Freunden ermittelt werden:

So hatten Xbox-User im Durchschnitt (Median) 15 (IQR=35), PC-User 15 (IQR=45), PlayStation3-User 8 (IQR=18) und Wii-User 3 (IQR=4) Personen in den Freundeslisten ihrer Konsolen/Spiele registriert. Davon sind auf dem PC 3 (IQR=8), der Xbox 360 2 (IQR=3), auf der PS3 1 (IQR=3) und auf der Wii 1 (IQR=2) Personen, des persönlichen Umfelds (Freunde u. Familie, also Strong Ties). Nach Freundschaften gefragt, die sich durch das Online-Spiel gebildet hätten, konnten nach Ermittlung der Mediane lediglich PC-SpielerInnen positiv ausgewertet werden, bei denen durchschnittlich eine Freundschaft zustande kam (IQR=5). Der Rest der Freundeslisten-Einträge sind also sogenannte Weak Ties, Personen, mit denen die Spielenden nur flüchtigen Kontakt pflegen – oder vielleicht auch nur einmaligen Kontakt hatten, um im Sinne eines Interaktionssystems zu interagieren. Interessanterweise findet auch hier ein Austausch an persönlichen Informationen statt, denn so kannten die Befragten auf der Xbox 8 (IQR=3), auf dem PC 5 (IQR=18), auf der PS3 2 (IQR=5), und auf der Wii 0 (IQR=2) der von ihnen online getroffenen und fest in die Konsolen-Freundesliste integrierten Personen mit dem realen Namen. Dass bei der Wii kaum jemand seine online kennengelernten Kontakte mit Namen kennt, lässt sich auf die eingeschränkten Kommunikationsmöglichkeiten zurückführen.

Regelmäßig (also mindestens einmal pro Woche) spielten die Befragten jedoch nur mit auf dem PC 5 (IQR=10), auf der PS3 5 (IQR=1), auf der Xbox 360 2 (IQR=4) Personen und auf der Wii kommen durchschnittlich keine regelmäßigen Spiele-Sessions mit Personen von der Liste zustande (Median=0, IQR=1). Vergleicht man nun zur Überprüfung der ersten aufgestellten Hypothese die einzelnen Mediane⁶² nach dem H-Test von Kruskal und Wallis auf signifikante Unterschiede – bei einer Schwelle von $p < 0,001$ – zeigt sich bei

⁶² Hier wurde ein nichtparametrischer Test zur Überprüfung der Mediane unabhängiger Daten auf signifikante Unterschiede gewählt, obwohl manche der Daten durchaus abhängig voneinander sind. Da ein großer Anteil der Daten jedoch in keiner Abhängigkeit zueinander steht – immerhin sind unter den Befragten 167 Single-System-User, erschien die Wahl des Kruskal-Wallis-Tests jedoch als praktikabel.

allen, dass sich die Mediane signifikant voneinander unterscheiden. Man sieht also, dass die Anzahl der Personen, mit denen die User auf den Systemen Strong oder Weak Ties pflegen, signifikant unterschiedlich sind, wodurch die im Vorfeld aufgestellte Hypothese:

Unterschiedliche Online-Konzepte bei Spielsystemen fördern unterschiedliche Beziehungen zwischen SpielerInnen.

angenommen werden kann.

Zur Überprüfung der zweiten im Vorfeld aufgestellten Hypothese, die sich mit den Auswirkungen von den unterschiedlichen Beziehungen auf die Online-Spielzeit befasst, wurde die durchschnittliche wöchentliche Online-Spielzeit auf den unterschiedlichen Systemen miteinander verglichen: Diese beträgt bei PC-Usern 8 Stunden (IQR=13), bei Xbox-Usern 5 Stunden (IQR=5), bei PS3-Usern 4 Stunden (IQR=6,3) und bei Wii-Usern 1 Stunde (IQR=1,5). Und auch hier zeigt der Kruskal-Wallis-Test, dass sich die Mediane signifikant voneinander unterscheiden, was zumindest schon den Schluss nahe legt, dass unterschiedliche Systeme unterschiedliche Dauern der Online-Spielzeiten der SpielerInnen begünstigen. Um mögliche Zusammenhänge zwischen den einzelnen Beziehungs-Typen und der online verbrachten Spielzeit aufzuzeigen, dient die Korrelation nach Spearman, die folgendes Ergebnis beim Vergleich von Online-Spielzeit und Beziehungs-Typen generell aufzeigt.

Korrelation Online-Spielzeit und Beziehungstypen

	Online Spielzeit	Kontakte in Freundesliste	Regelmäßige Kontakte	Familienmitglieder & Reallife-Freunde	Online-Freunde
Spearman's rho	1,000	,506**	,613**	,232**	,313**
Correlation Coefficient					
Sig. (1-tailed)	.	,000	,000	,000	,000
N	357	350	353	348	350

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Abb.18. Korrelation Online Spielzeit/Beziehungstypen

Es besteht also ein Zusammenhang, wenn man die Online-Spielzeit und die Anzahl der Personen in den einzelnen Beziehungs-Sparten vergleicht, wobei auffällt, dass die Korrelationskoeffizienten bei den Kontakten in den Freundeslisten und den regelmäßigen Online-Kontakten am höchsten sind. Schlägt man jene Korrelation auf die einzelnen Systeme um, ergibt sich folgendes Bild:

PC: Korrelation Online-Spielzeit und Beziehungstypen^{a,b}

			Online Spielzeit	Kontakte in Freundesliste	Regelmäßige Kontakte	Familienmitglieder und Reallife-Freunde	Online-Freunde
Spearman's rho	Online Spielzeit	Correlation Coefficient	1,000	,445**	,497**	,172*	,305**
		Sig. (1-tailed)	.	,000	,000	,027	,000

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

PS3: Korrelation Online-Spielzeit und Beziehungstypen^{a,b}

			Online Spielzeit	Kontakte in Freundesliste	Regelmäßige Kontakte	Familienmitglieder & Reallife-Freunde	Online Freunde
Spearman's rho	Online Spielzeit	Correlation Coefficient	1,000	,482**	,541**	,369**	,152
		Sig. (1-tailed)	.	,000	,000	,004	,146

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Wii: Korrelation Online-Spielzeit und Beziehungstypen^{a,b}

			Online Spielzeit	Kontakte in Freundesliste	Regelmäßige Kontakte	Familienmitglieder & Reallife-Freunde	Online-Freunde
Spearman's rho	Online Spielzeit	Correlation Coefficient	1,000	-,105	,196	-,025	-,119
		Sig. (1-tailed)	.	,293	,154	,449	,270

Xbox 360: Korrelation Online-Spielzeit und Beziehungstypen^{a,b}

			Online Spielzeit	Kontakte in Freundesliste	Regelmäßige Kontakte	Familienmitglieder & Reallife-Freunde	Online-Freunde
Spearman's rho	Online Spielzeit	Correlation Coefficient	1,000	,472**	,648**	,146*	,267**
		Sig. (1-tailed)	.	,000	,000	,043	,001

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Abb.19. Korrelation Online Spielzeit/Beziehungstypen nach Systemen

Mit Ausnahme der Wii-Konsole bestehen auf jedem Spielsystem Korrelationen, die signifikant von 0 verschieden sind, zwischen der Anzahl der Personen je Beziehungs-Art und der Online-Spielzeit. Überprüft man den Zusammenhang zwischen der Anzahl der schwachen bzw. starken Verbindungen (wobei sich jene aus der Addition von Familienmitgliedern & Reallife-Freunden sowie echten Online-Freundschaften ergeben), die die Spieler und Spielerinnen über ihre Spielsysteme pflegen, zeigt sich systemübergreifend folgendes:

Korrelation Online Spielzeit und Strong Ties

			Online Spielzeit	Strong Ties
Spearman's rho	Online Spielzeit	Correlation Coefficient	1,000	,340**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	357	347

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Abb.20. Korrelation Online Spielzeit/Strong Ties

Korrelation Online Spielzeit und Weak Ties

			Online Spielzeit	Weak Ties
Spearman's rho	Online Spielzeit	Correlation Coefficient	1,000	,484**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	357	345

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Abb.21. Korrelation Online Spielzeit/Weak Ties

Auffallend ist hier, dass zwar in beiden Fällen eine positive Korrelation, die signifikant von 0 verschieden ist, aufgezeigt werden kann, zwischen den Weak Ties und der Online-Spielzeit ist diese jedoch ausgeprägter. Vergleichbar erscheint die Lage auch, wenn man die Zusammenhänge zwischen den Weak und Strong Ties sowie der Online Spielzeit auf den einzelnen Spielsystemen betrachtet:

PC: Korrelation Online Spielzeit und Beziehungstypen

			Online Spielzeit	Weak Ties	Strong Ties
Spearman's rho	Online Spielzeit	Correlation Coefficient	1,000	,436**	,282**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,001
		N	131	126	127

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

PS3: Korrelation Online Spielzeit und Beziehungstypen

			Online Spielzeit	Weak Ties	Strong Ties
Spearman's rho	Online Spielzeit	Correlation Coefficient	1,000	,413**	,346*
		Sig. (2-tailed)	.	,003	,014
		N	54	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Wii: Korrelation Online Spielzeit und Beziehungstypen

			Online Spielzeit	Weak Ties	Strong Ties
Spearman's rho	Online Spielzeit	Correlation Coefficient	1,000	,069	-,075
		Sig. (2-tailed)	.	,722	,698
		N	29	29	29

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Xbox 360: Korrelation Online Spielzeit und Beziehungstypen

			Online Spielzeit	Weak Ties	Strong Ties
Spearman's rho	Online Spielzeit	Correlation Coefficient	1,000	,452**	,286**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,001
		N	143	140	141

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Abb.22. Korrelation Online Spielzeit/S. u. W. Ties nach Systemen

Abgesehen von der Wii findet man also auch auf jedem Spielsystem signifikant von 0 verschiedene Zusammenhänge zwischen der Online-Spielzeit und der Anzahl der Weak bzw. Strong Ties, wobei diese generell wieder bei den Weak Ties stärker ausgeprägt sind, als bei den starken Verbindungen.

Um nun die im Vorfeld als zweites aufgestellte Hypothese

Je mehr enge Beziehungen die Spielenden auf einem Spielsystem pflegen, desto mehr Zeit wird in die Spiele investiert.

zu überprüfen, wurde der Mittelwert aller Strong Ties der Befragten (auf allen Systemen) anhand des Medians von 3 (IQR=5,5) in zwei Gruppen geteilt – Gruppe 1, die Befragten mit durchschnittlich bis zu drei, und Gruppe 2, die Befragten mit mehr als drei Strong Ties. Anschließend wurde die Mediane der durchschnittlichen Online-Spielzeit (aller Systeme) der Befragten der jeweiligen Gruppen berechnet, die bei Gruppe 1 4 Stunden (IQR=6,42) und bei Gruppe 2 7,5 Stunden (IQR=9) ausmachen. Ein Mann-Whitney-Test ergab, dass sich diese Mediane signifikant voneinander unterscheiden, wodurch die zweite Hypothese in diesem Fall ebenfalls angenommen werden kann.

Wie die Korrelationen zwischen Online-Spielzeit und Art der Beziehung zwischen den Spielenden jedoch vorher gezeigt haben, scheint es auch, als ob sich diese Hypothese vielleicht auch auf die Weak Ties anwenden ließe, weshalb diese Berechnung auch für die Weak Ties durchgeführt wurde. Hierbei lag der Median der durchschnittlichen Anzahl der Weak Ties, aufgrund dessen wieder zwei Gruppen gebildet wurden, bei 10,75 (IQR=27,63). Dem folgend ergaben sich in den beiden Gruppen der User mit 0 bis 10 Weak Ties eine mediane Online-Spielzeit von 3 Stunden pro Woche (IQR=6,5); Gruppe 2 mit mehr als 10 Weak Ties spielte hingegen durchschnittlich 7,88 Stunden pro Woche (IQR=7,38) – und auch hier ergab der Mann-Whitney-Test ein signifikantes Ergebnis. Es konnte damit gezeigt werden, dass die Anzahl der Online-Kontakte generell Einfluss auf die investierte Online-Spielzeit nimmt – wobei die erarbeiteten Ergebnisse auch den Umkehrschluss, also, dass längere Online-Spielzeit mehr Beziehungen entstehen lässt, nicht ausschließen.

13.3 Diskussion

Wie die Auswertung der Online-Befragung der Zufallsstichprobe gezeigt hat, existieren auf den unterschiedlichen Spielsystemen verschiedene Genre-Präferenzen, wodurch nicht nur unterschiedliche Präferenzen bei der gewählten Multiplayer-Art (Interaktion mit Unbekannten, Spiel mit oder gegen Freunde(n) und Freundinnen aus dem engeren Kreis, oder – „alone together“ (Ducheneaut et al. 2006, 410) – ganz ohne Kontakt zu Mitspielern) einhergehen. Auch die Benutzung der Kommunikationsmittel unterscheidet sich von System zu System. So ist auffällig, dass die befragten PC-SpielerInnen Ego-Shooter und Rollenspiele allen anderen Genres im Online-Multiplayer deutlich vorziehen, und sich auch ihre Kommunikationsgewohnheiten wesentlich spezialisierter gestalten, als die der Konsolen-Nutzern. Wie Taylor (2006) schon aufgeworfen hat, nutzen etwa SpielerInnen von MMORPGs und Ego-Shootern mehr und spezialisiertere Kommunikationsmittel, um ihre Aktivitäten untereinander zu koordinieren, und investieren deshalb mehr Zeit in das Online-Spiel. Aufgrund der durchschnittlichen wöchentlichen Online-Spielzeit von 8 Stunden bei den für diese Arbeit befragten PC-Usern, kann man zwar nicht davon ausgehen, dass unter den knapp 130 Probanden, welche online mit dem PC spielen, viele „Power Gamer“ (Taylor 2006, 81) zu finden sind. Das liegt aber vermutlich daran, dass lediglich 58 der befragten Personen Single-PC-User waren, die außer einem PC über keine anderen Spielsysteme verfügen. Alle anderen PC-Spielenden haben mindestens eine zusätzliche Konsole (Xbox 360, PS3 oder Wii), mit der sie online spielen, was natürlich die online verbrachte Zeit auf einem System mindert. Bei Yee (2007) lag die durchschnittliche Online-Spielzeit der Befragten bei knapp 22 Stunden, also weit über der in dieser Studie ermittelten Zeit. Allerdings hat Yee die Teilnehmer seiner Befragung über einschlägige MMORPG-Portale rekrutiert, die schon Taylor (2006) und Ducheneaut und Moore (2004) als wichtige Kommunikationsplattformen von sehr am Spiel interessierten Gamern benennen, und es bleibt offen, wie viele der Untersuchungsteilnehmer an Yees Studie aus dem Jahr 2007 über eine Heimkonsole verfügt haben. Immerhin haben in den meisten Industrieländern wesentlich mehr Haushalte einen PC als eine stationäre

Spielkonsole⁶³, was den Schluss nahe legt, dass es sich dabei vermehrt um reine PC-MMORPG-Spielende gehandelt haben könnte. Die große Zahl der Multi-Konsolen-Spielenden lässt sich jedoch nur über andere Wege – zum Beispiel die, für diese Arbeit gewählten und nicht auf bestimmte Genres spezialisierte, Gaming-Webseiten – erreichen. Und auch, wenn unter diesen Spielenden mit mehreren Spielsystemen die längste durchschnittliche Online-Spielzeit pro Woche auf dem PC erreicht wurde, konnte im vorangegangenen Kapitel aufgezeigt werden, dass es auch auf Konsolen, wie der Xbox 360, durchaus Spielende gibt, die viele Stunden pro Woche in den digitalen Welten der Konsolen zubringen, was auf die größere Anzahl von festen Beziehungen zurückgeführt werden konnte.

Generell konnte festgestellt werden, dass jene Systeme mit den umfangreicheren Online-Modi bzw. der größeren Anzahl an Kommunikationsmitteln (Xbox 360 und PC) mehr Beziehungen zwischen den Spielenden entstehen lassen und mehr Anreiz zur Vergrößerung der virtuellen Gruppen bieten. Ein klares Indiz dafür, dass zumindest bei den Befragten, Mechanismen der Social Presence Theory von Short et al. (1976) sowie der Elektronischen Nähe von Korzenny (1978/2000) zu greifen scheinen. Bedingt durch die populären Genres der Ego-Shooter und Rollenspiele auf dem PC und dem kostenpflichtigen Mitgliedsservice der Xbox 360 konnte man auf diesen beiden Systemen – wie nach den Arbeiten von Yee (2006 und 2007), Castronova (2005) oder Eastin und Griffiths (2006) zu vermuten war – die ausgeprägtesten und umfangreichsten Sozialen Netzwerke ausgemacht werden, während es auf der PS3 trotz zur Xbox 360 ähnlichen Online-Features und völliger Kostenfreiheit weniger große Netzwerke zu geben scheint.

Etwas, das sich jedoch im Laufe der Zeit ändern könnte, weil Sony hier gerade sehr starke Nachbesserung betreibt – und sich etwa die Soziale Infrastruktur *Home* immer größerem Zuspruch seitens der Gamer erfreut, die zum Zeitpunkt der Online-Befragung noch in der geschlossenen Testphase steckte, mittlerweile weltweit jedoch bereits mehr als vier

⁶³ Als Beispiel sei etwa eine Bitkom-Umfrage aus dem Jahr 2009 gegeben, nach der 73,2 Prozent der deutschen Haushalte über einen PC (mit Spielmöglichkeit) verfügen, während nur 24,5 Prozent eine Heimkonsole besitzen. Zu finden unter: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/1558/umfrage/im-haushalt-zur-verfuegung-stehende-digitale-spielgeraete/> (Stand: 10. Juni 2009)

Millionen User beherbergt.⁶⁴ Auch wenn wie auf Abbildung 13 ersichtlich auf der PS3 viele Personen ähnlich wie auf der Wii völlig ohne Kommunikation mit anderen Usern online spielen – das Online-Feature quasi lediglich zum Zustandekommen eines Interaktionssystems laut Luhmann (1984) nutzen, fällt auf, dass viele andere User die Probleme mit dem Sprachchat gezielt umgehen und sich mittels Text-Nachrichten unterhalten – ganz wie es das SIP Modell von Walther (1992, 1994) beschreibt.

Etwas, das bei der Wii nicht bemerkt werden konnte. Neue Kontakte zu finden bzw. zu pflegen überlassen die User dieser Konsole Kommunikationsformen, die sie im Internet vorfinden. Die verringerte Soziale Präsenz wirkt sich natürlich auch auf die durchschnittliche Online-Spielzeit aus, die bei Wii-Usern am niedrigsten ausfiel – auch wenn die Konsole an sich durch die innovative Steuerung (siehe Kapitel 11.3) zumindest in puncto Spielgefühl nach den Schlussfolgerungen von McMahan (2003) und Steuer (1993) einen höheren Grad an Presence bzw. Immersion aufweisen würde, jedoch infolge schlechterer Online- und Kommunikations-Möglichkeiten nur geringen Nutzen als Online-Spiel- und Kommunikationsplattform hat. So konnte bei der Untersuchung der Wii-Online-Spielzeit im Gegensatz zu den anderen Spielsystemen kein Zusammenhang zwischen Anzahl der Kontakte und der Online-Spielzeit entdeckt werden. Doch Vorsicht: Grund dafür könnte auch sein, dass generell zu wenig Wii-User an der Befragung teilgenommen haben, um daraus fundierte Erkenntnisse abzuleiten – wahrscheinlich ist nämlich, dass die Nintendo-Konsole für den großen Anteil der Multi-Konsolen-BesitzerInnen unter den Befragten lediglich einen Zusatz zu ihrer Xbox 360, der PS3 oder dem PC darstellt, welche vorwiegend für Online-Spiel-Sessions genutzt werden.

Ein Nutzungs-Verhalten der Konsolen-Spielenden, das bei weiteren Forschungsarbeiten unbedingt berücksichtigt werden sollte. So sei vorgeschlagen, für zukünftige wissenschaftliche Arbeiten, die sich mit der Thematik Online-Spiel auf den verschiedenen Spielsystemen im Vergleich befassen, die Multi-Konsolen-Besitzer nicht außer Acht zu lassen, oder sich alternativ nur auf Einzel-System-Benutzer zu konzentrieren bzw. generell weniger Systeme in die Arbeit einzubeziehen, da dadurch die gewonnenen Ergebnisse

⁶⁴ Mehr zu den Zahlen findet man auf der offiziellen Sony-Website zur PlayStation:
<http://nz.playstation.com/news/2009/psn20millionusers.jhtml;jsessionid=UOXFEDXOSASADS3YIXZCFE4LXBC5GIV0> (Stand: 20. März 2009)

deutlicher sind und noch besser analysiert werden könnten. Außerdem sollte man eine größere Stichprobe als die für diese Arbeit gewählte anstreben, damit etwaige Gruppen bei Unterteilungen nicht mit zu geringen Fallzahlen ausfallen, wie es bei dieser Untersuchung etwa bei den Wii-Spielenden der Fall war.

Nichtsdestoweniger bleibt zu hoffen, dass die gewonnen Erkenntnisse und die aufgezeigten Tendenzen weiteren Anreiz zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem bisher noch etwas „stiefmütterlich“ behandelten Bereich der Spielkonsolen und ihrer Online-Nutzung geben können, denn wie die vorliegende Arbeit gezeigt hat, sind Nintendo, Microsoft und Sony keinesfalls zu vernachlässigende Faktoren, wenn man versucht, ein möglichst umfassendes Bild des digitalen Vergnügens im Zeitalter des World Wide Web und Web 2.0 zu geben. Die Konsolen haben längst geschafft, sich in den heimischen Wohnzimmern einen festen Platz zu sichern, der dem PC noch lange vorenthalten bleiben dürfte. Die Ego-Shooter, eines der beiden populärsten PC-Game-Genres, sind längst nicht mehr Exklusiv-Refugium für Maus- und Tastatur-SpielerInnen, sondern haben auch auf Xbox 360 & Co. viele SpielerInnen um sich geschart. Und spätestens Ende 2009 bzw. Anfang 2010, wenn mit *Champions Online*, *The Agency* oder *DC Universe Online* die ersten MMORPGs für die Heimkonsolen erscheinen, könnte das Leben in den virtuellen Welten eine gravierenden Struktur-Wechsel erleben, der für Gamer und WissenschaftlerInnen spannender nicht sein könnte.

14. Literatur

Agle, Mark und Morris, Merrill (2006): Computer Mediated Communication: Interaction and Interactivity.

Zu finden auf: http://etd.gsu.edu/theses/available/etd-07262006-175409/unrestricted/agle_mark_200608_mast.pdf (Stand: 21. Jänner 2009)

Anderson, Craig und Dill, Karen E. (2000): Video Games and Aggressive Thoughts, Feelings, and Behavior in the Laboratory and in Life. *Journal of Personality and Social Psychology* 78 (4). 772-790.

Zu finden auf: <http://www.apa.org/journals/features/psp784772.pdf> (Stand: 22. März 2008)

Bartle, Richard (1990): Early MUD-History.

Zu finden auf: <http://www.mud.co.uk/richard/mudhist.htm> (Stand: 17. Jänner 2009)

Bartle, Richard (1996): Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who Suit MUDs.

Zu finden auf: <http://www.mud.co.uk/richard/hcds.htm> (Stand: 17. Jänner 2009)

Bechar-Israeli, Haya (1995): From <Bonehead> to <cLoNehEAd>: Nicknames, Play, and Identity on Internet Relay Chat.

Zu finden auf: <http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue2/bechar.html> (Stand: 1. Februar 2009)

Becker, Barbara (1999): Constructing Social Systems through Computer-Mediated Communication.

In: *Virtual Reality Society Journal*. 60-73.

Zu finden auf: <http://sammelpunkt.philo.at:8080/1047/1/12655.0.Becker99.1.pdf> (Stand: 2. März 2008)

Becker, Barbara (2003): Kommunikationskulturen im Internet: dargestellt am Beispiel virtueller Netzwerke in MUDs und MOOs.

In: Thiedecke, Udo (Hg): *Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen*. Wiesbaden. 107-125.

Biocca, Frank (1997): The Cyborg's Dilemma: Progressive Emodiment in Vitual Environments.

Zu finden auf: <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue2/biocca2.html> (Stand: 15. Jänner 2009)

Biocca, Frank und Harms, Chad. (2002): Defining and measuring social presence: Contribution to the Networked Minds theory and measure.

In: *Proceedings of PRESENCE 2002*: 7-36.

Zu finden auf:

http://www.temple.edu/ispr/prev_conferences/proceedings/2002/Final%20papers/Biocca%20and%20Harms.pdf (Stand: 11. April 2009)

- Boos, Margarete, Jonas, Kai und Sassenberg, Kai (2000.): Computervermittelte Kommunikation in Organisationen. Göttingen. 11-25.
- Boos, Margarete (2004): Sozialpsychologische Grundlagen computervermittelter Kommunikation. Göttingen.
Zu finden auf: <http://lnhf.gwdg.de/ciwm/dokumente/cvK-Grundlagen.pdf> (Stand. 15. Jänner 2009)
- Bortz, Jürgen und Döring, Nicola (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. Heidelberg.
- Brass, Daniel J. (1995): A social network perspective on human resources management. In: *Research in Personnel and Human Decision Process* 13. 39-79.
- Burkart, Roland (2002): Kommunikations-Wissenschaft. Wien/Köln/Weimar.
- Butler, Mark (2007): *Would you like to play a Game? Die Kultur des Computerspielens.* Berlin.
- Castronova, Edward (2005): *Synthetic Worlds. The Business and Culture of Online Games.* Chicago.
- Castronova, Edward (2007): *Exodus to the Virtual World.* New York.
- Christiansen, Nina und Maglaughlin, Kelly (2003): Crossing from Physical Workspace to Virtual Workspace: be AWARE!.
In: *Proceedings of HCI International Conference on Human-Computer Interaction.* New Jersey. 1128 – 1132.
- consolPLUS 01/08. Stuttgart.
- consolPLUS 02/08. Stuttgart.
- Cooley, Charles H., Angell, Robert C. und Carr, Lowell J. (1933): *Introductory Sociology.* New York.
- Csikszentmihalyi, Mihaly (2001): *Flow: Das Geheimnis des Glücks.* Stuttgart.
- Culnan, Mary J. und Markus, Lyenne (1987): Information Technologies.
In: Jablin, F.M., Putnam, L.L., Roberts, K.H. und Porter, L.W. (Hg): *Handbook of organizational technology.* 420-443. Newbury Park. SAGE.
- Cutler, Richard H. (1995): Distributed presence and community in Cyberspace. *Interpersonal Computing and Technology: An Electronic Journal for the 21st Century* 3 (2). 12-32.
Zu finden auf: <http://www.helsinki.fi/science/optek/1995/n2/cutler.txt> (Stand: 21. Juli 2008)

Daft, Richard L. und Lengel, Robert H. (1984): Information richness: a new approach to managerial behavior and organizational design.
In: Cummings, L.L. & Staw, B.M. (Hg), Research in organizational behavior 6. 191-233.

Daft, Richard L. und Lengel, Robert H. (1986): Organizational information requirements, media richness and structural design.
In: Management Science 32 (5). 554-571.

Dekker, Arne (2002): Cybersex und Online-Beziehungen.
Zu finden auf: http://www.zeitzeichen-online.info/Cybersex_und_onlinebeziehungen.pdf
(Stand: 22. Jänner 2009)

Dennis, Alan R., Valacich, Joseph S., Speier, Cheri und Morris, Michael G. (1998): Beyond Media Richness: An Empirical Test of Media Synchronicity Theory.
Zu finden auf: csdl2.computer.org/comp/proceedings/hicss/1998/8233/01/82330048.pdf
(Stand: 24. Jänner 2009)

Dennis, Alan R. und Valacich, Joseph S. (1999): Rethinking media richness: Towards a theory of media synchronicity; paper presented at the 32nd Hawaii International Conference on System Science, Hawaii.
Zu finden auf:
<http://csdl2.computer.org/comp/proceedings/hicss/1999/0001/01/00011017.pdf> (Stand: 26. Jänner 2009)

Dollhausen, Karin und Wehner, Josef (2003): Virtuelle Gruppen – Integration durch Netzkommunikation? Gesellschafts- und medientheoretische Überlegungen.
In: Thiedecke, Udo (Hg): Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden. 107-125.

Döring, Nicola (2004): Wie verändern sich soziale Beziehungen durch Mobilkommunikation? Eine Analyse von Paar- Familien und Freundschaftsbeziehungen.
In: Thiedecke, Udo (Hg): Soziologie des Cyberspace. Medien, Strukturen und Semantiken. Wiesbaden. 305-347.

Dourish, Paul und Bellotti, Victoria (1992): Awareness and Coordination in Shared Workspaces.
Zu finden auf: <http://www.dourish.com/publications/1992/cscw92-awareness.pdf> (Stand: 21. Oktober 2008)

Ducheneaut, Nicolas und Moore, Robert J. (2004): The social side of gaming: a study of interaction patterns in a massively multiplayer online game.
Zu finden auf: <http://www.parc.com/research/projects/PlayOn/papers/CSCW2004-SWG.pdf> (Stand: 7. Mai 2008)

- Ducheneaut, Nicolas und Moore, Robert J. (2005): More than just „XP“: learning social skills in massively multiplayer online games.
 In: Interactive Technology & Smart Education 2005 (2). 89-100.
 Zu finden auf: <http://www2.parc.com/csl/members/nicolas/documents/ITSE.pdf> (Stand: 4. April 2008)
- Ducheneaut, Nicolas, Yee, Nicholas, Nickell, Eric und Moore, Robert J. (2006): „Alone Together?“ Exploring the Social Dynamics of Massively Multiplayer Online Games.
 Zu finden auf:
[http://www.nickyee.com/pubs/Ducheneaut,%20Yee,%20Nickell,%20Moore%20-%20Alone%20Together%20\(2006\).pdf](http://www.nickyee.com/pubs/Ducheneaut,%20Yee,%20Nickell,%20Moore%20-%20Alone%20Together%20(2006).pdf) (Stand: 14. Jänner 2009)
- Durlach, Nathaniel und Slater, Mel (2000): Presence in shared virtual environments and virtual togetherness.
 In: Presence 9 (2). 214-217.
- Eastin, Matthew S. und Griffiths, Robert P. (2006): Beyond the Shooter Game. Examining Presence and Hostile Outcomes Among Male Game Players.
 In: Communication Research 33 (6). 448-465.
 Zu finden auf:
http://ciillibrary.org:8000/ciil/Fulltext/Communication_Research_Vol_33_No_6_06/Article2.pdf (Stand: 21. Jänner 2009)
- Ebersbach, Anja, Glaser, Markus und Heigl, Richard (2008): Social Web. Konstanz.
- Fritz, Jürgen (2005): Zwischen Frust und Flow.
 Zu finden auf: <http://www.bpb.de/themen/8GADVU.html> (Stand: 30. Jänner 2009)
- Forster, Winnie (2005): Spielkonsolen und Heimcomputer. Kleinheubach/ Utting.
- Götzenbrucker, Gerit (2001): Soziale Netzwerke und Internet-Spielwelten. Wiesbaden.
- Guckenbiehl, Hermann L. (1980): Formelle und informelle Gruppe als Grundformen sozialer Strukturbildung.
 In: Schäfers, Bernhard (Hg): Einführung in die Gruppensoziologie. Heidelberg. 51-67.
- Halloran, John, Rogers, Yvonne und Fitzpatrick, Geraldine. (2003): From text to talk: multiplayer games and voiceover IP.
 In: Proceedings of Level Up: 1st International Digital Games Research Conference. 130-142.
 Zu finden auf:
<http://www.informatics.sussex.ac.uk/research/groups/interact/publications/DIGRA.pdf> (Stand: 11. Dezember 2008)
- Heintz, Bettina und Müller, Christoph (2000): Virtuelle Vergemeinschaftung – die Sozialwelt des Internet. Schlussbericht des Schwerpunktprogramms „Zukunft Schweiz“ Verbund „Individualisierung und Integration“.
 Zu finden auf: <http://www.socio5.ch/pub/sb00.ps> (Stand: 22. Jänner 2009)

Ijsselsteijn, Wijnand.A., van Baren, Joy, und van Lanen, Froukje (2003). Staying in touch: Social presence and connectedness through synchronous and asynchronous communication media.

Zu finden auf: <http://www.ijsselsteijn.nl/papers/hci2003.pdf> (Stand: 21. Mai 2008)

July, Louie (2009): Nintendo Sells 50 Million Wii Consoles To Consumers.

Zu finden auf: <http://news.vgchartz.com/news.php?id=3712> (Stand: 1. Juni 2009)

Kaphahn, Alexander (2008): Sony: PSN-Userzahlen ziehen mit XBL gleich.

Zu finden auf: Laut AreaGames.de: <http://www.areagames.de/artikel/detail/Sony-PSN-Userzahlen-ziehen-mit-XBL-gleich/96997> (Stand: 1. Jänner 2009)

Kerr, Elaine B. und Hiltz, Starr Roxanne (1982): Computer-mediated communication systems: Status and evaluation. New York.

Kiesler, Sara, Siegel, Jane und McGuire Timothy W. (1984): Social psychological aspect of computer-mediated communication.

In: American Psychologist 39. 1123-1134.

Kiesler, Sara. (1986): The hidden messages in computer networks.

In: Harvard Business Review Jan.-Feb. 46-60.

Korzenny, Felipe (1978/2002): A Theory of Electronic Propinquity. Mediated Communication in Organizations.

In: Communication Research 5. 3-24.

Zu finden auf:

www.inquiry.uiuc.edu/bin/file_serve.cgi?file=u12668/cheskinpropinquity.pdf (Stand: 29. Jänner 2009)

Liu, Yuliang (2002): What Does Research Say about the Nature of Computer-mediated Communication: Task-Oriented, Social-Emotion-Oriented, or Both?

Zu finden auf: <http://www.sociology.org/content/vol006.001/liu.html> (Stand 21. Dezember 2008)

Lombard, Matthew und Ditton, Theresa (1997): At the heart of it all: The concept of presence.

In: Journal of Computer Mediated-Communication 3.

Zu finden auf: <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue2/lombard.html> (Stand 3.12.2008)

Luhmann, Niklas (1984): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt am Main.

Manninen, Tony und Pirkola, Jani (2001): Comparative Classification of Multi-User Virtual Worlds.

Zu finden auf: http://www.tol.oulu.fi/~tmannine/game_design/multi-user_virtual_worlds.pdf (Stand: 12. April 2009)

Markopoulos, Panos, Ijsselsteijn, Wijnand, Huijnen, Claire, Romijn, Onno und Phiopoulos, Alexandros (2003): Supporting Social Presence Through Asynchronous Awareness Systems. In: Riva, Giuseppe, Davide, Fabrizio und Ijsselsteijn Wijnand (Hg): Being There: Concepts, effects and measurement of user presence in synthetic environments. Amsterdam. 261-279.

Zu finden auf: http://www.vepsy.com/communication/book4/4_18MARKOP.PDF (Stand: 21. Jänner 2009)

McGrath, J.E. (1991): Time, interaction, and performance (TIP): A theory of groups. In: Small Group Research 22. 147-174.

McMahan, Alison (2003): Immersion, Engagement, and Presence. A Method for Analyzing 3-D Video Games.

In: Wolf, Mark J.P. und Perron, Bernard (Hg): The Video Game Theory Reader. New York. 67-86.

Misoch, Sabina (2004): Identitäten im Internet. Selbstdarstellung auf privaten Homepages. Konstanz.

Misoch, Sabina (2006): Online-Kommunikation. Konstanz.

Morris, Merill und Ogan, Christine (1996): The Internet as Mass Medium.

Zu finden auf: <http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue4/morris.html#Viewing> (Stand: 2. Jänner 2009)

Morris, Sue (2004): Shoot first, ask questions later: Ethnographic research in an online computer gaming community

In: Media International Australia incorporating Culture and Policy 2004 (10, February 2004). 31-41.

Morris, Sue (2006): WADs, Bots and Mods: Multiplayer FPS Games as Co-Creative Media.

In: Level Up Conference Proceedings 2003.

Zu finden auf: <http://www.digra.org/dl/db/05150.21522> (Stand: 1. Mai 2009)

Murray, Janet (1997): Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace.

Zu finden auf: <http://con.sagepub.com/cgi/reprint/4/4/128> (Stand: 22. Oktober 2008)

Nardi, Bonnie A., Steve Whittaker und Erin Bradner (2000): Interaction and Outeraction: Instant Messaging in Action.

Zu Finden auf: http://dis.shef.ac.uk/stevewhittaker/outeraction_cscw2000.pdf (Stand: 1. Jänner 2009)

Orland, Kyle (2007): Microsoft to reward Xbox Live achievers with freebies.

Zu finden auf: <http://www.joystiq.com/2007/02/06/microsoft-to-reward-xbox-live-achievers-with-freebies/> (Stand: 21. Jänner 2009)

- o. V. (2007): Fast jeder fünfte Erdenbürger ist online.
Zu finden auf: <http://www.sueddeutsche.de/computer/54/323920/text/> (Stand: 30. Jänner 2009)
- o.V. (2008): World of Warcraft zählt jetzt mehr als 11,5 Abonnenten weltweit.
Zu finden auf: <http://eu.blizzard.com/de/press/081223.html> (Stand: 23. Dezember 2008)
- o.V. (2009): PlayStation 2, the world's most popular computer entertainment system, now more affordable than ever at \$99,99
Zu finden auf: <http://www.scei.co.jp/corporate/release/pdf/090331ae.pdf> (Stand: 1. April 2009)
- Parks, Malcolm R. und Roberts, Lynne D. (1998). Making MOOsic: the development of personal relationships on-line and a comparison to their off-line counterparts.
In: Journal of social and personal relationships 15. 517-537.
- Peña, Jorge (2004): An Analysis of Socioemotional and Task Communication in Online Multiplayer Video Games.
Zu finden unter:
http://www.allacademic.com//meta/p_mla_apa_research_citation/1/1/3/3/3/pages113334/p113334-1.php (Stand: 1. Februar 2009)
- Pias, Claus (2000): Computer-Spiel-Welten. München.
- Rettie, Ruth (2003): Connectedness, Awareness and Social Presence.
Zu finden auf:
<http://www.kingston.ac.uk/~ku03468/includes/docs/Connectedness,%20Awareness%20and%20Social%20Presence.pdf> (Stand: 4. März 2008)
- Reid, Fraser J.M., Vlastimil, Malinek, Stott, Clifford J.T. und Evans, Jonathan T. (1996): The messaging Threshold in computermediated communication.
Zu finden auf: <http://www.informaworld.com/smpp/content~db=all~content=a779155242> (Stand: 31. März 2009)
- Rheingold, Howard (1994): Virtuelle Gemeinschaft. Bonn.
- Rheingold, Howard (1998): The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier.
Zu finden auf: <http://www.rheingold.com/vc/book/index.html> (Stand: 14. Jänner 2009)
- Rice, Ronald E. und Love, Gail (1987): Electronic emotion: Socioemotional content in a computer-mediated communication network.
In: Communication Research 14. 85-108.
- Riva, Giuseppe und Galimberti, Carlo (1998): Computer-mediated communication: identity and social interaction in an electronic environment.
Zu finden auf: www.cybertherapy.info/pages/cmc.pdf (Stand: 30. November 2008)

Riva, Giuseppe (2001): Virtual Reality as communication tool: a socio-cognitive analysis. In: Riva, Giuseppe und Davide Fabrizio (Hg): Communications Through Virtual Technology: Identity Community and Technology in the Internet Age. Zu finden auf: http://www.vepsy.com/communication/book1/1CHAPT_03.PDF (Stand: 11. November 2007)

Riva, Giuseppe und Davide Fabrizio (2003): Communications Through Virtual Technology: Identity Community and Technology in the Internet Age. Zu finden auf: <http://www.vepsy.com/communication/volume1.html> (Stand: 11. November 2007)

Riva, G., Anguera, M.T., Wiederhold B.K. und Mantovani, F. (Hg) (2006): From Communication to Presence: Cognition, Emotions and Culture towards the Ultimate Communicative Experience. Festschrift in honor of Luigi Anolli. 243-267. Zu finden auf: <http://www.vepsy.com/communication/volume9.html> (Stand: 12. Dezember 2008)

Ruberg, Bonnie (2005): I'm the Pink One: Women on Xbox Live. Zu finden auf: <http://www.gamegal.com/news/newscript.cgi?record=26> (Stand: 12. Jänner 2009)

Schäfers, Bernhard und Kopp, Johannes (Hg) (2006): Grundbegriffe der Soziologie. Wiesbaden.

Schnider, Guido (2004): Instant Messaging Technologien in Learning Management Systemen. Zürich.

Schwabe, Gerhard (2002): Mediensynchron Lernen – Evaluation und Fortentwicklung der Media Synchronicity-Theorie. Zu finden auf: www.ifi.uzh.ch/pax/uploads/pdf/publication/382/mkwi-synchronizitaet.pdf (Stand: 2. Februar 2009)

Sherry, John L., Lucas, Kristen, Rechtsteiner, Stephany, Brooks, Christi und Wilson, Brooke (2000): Video Game Uses and Gratification as Predictors of Use and Game Preference. Purdue University Press.

Sherry, John L. und Lucas, Kristen 2003. Video game uses and gratifications as predictors of use and game preference. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association. West Lafayette. Zu finden auf: http://www.allacademic.com/meta/p111471_index.html (Stand: 12. Jänner 2009)

Short, John, Williams, Ederyn und Christie, Bruce. (1976): The social psychology of telecommunications. New York.

Slater, Mel (2000): An Experimental Study on the Role of Touch in Shared Virtual Environmens. Zu finden auf touchlab.mit.edu/publications/2000_001.pdf (Stand: 31. Dezember 2008)

- Spears, R. und Lea, M. (1992): Social influence and the influence of the „social“ in computer-mediated communication.
In: Lea, M. (Hg): Contexts of Computer-Mediated Communication. Hempstead. 30-65.
- Stegbauer, Christian (2001): Grenzen Virtueller Gemeinschaft. Wiesbaden.
- Steuer, Johnathan (1993): Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence.
Zu finden auf: www.presence-research.org/papers/steuer92defining.pdf (Stand: 1.7.2008)
- Taylor, T.L. (2006): Play Between Worlds. Explore Online Game Culture. Cambridge.
- Thiedeke, Udo (2003): Virtuelle Gruppen. Wiesbaden.
- Thiedeke, Udo (2004): Soziologie des Cyberspace. Medien, Strukturen und Semantiken. Wiesbaden.
- Thon, Jan-Noel (2006): Communication and Interaction in Multiplayer First-Person-Shooter Games.
In: Riva, G., Anguera, M.T., Wiederhold B.K. und Mantovani, F. (Hg): From Communication to Presence: Cognition, Emotions and Culture towards the Ultimate Communicative Experience. Festschrift in honor of Luigi Anolli. 243-267.
Zu finden auf: http://www.vepsy.com/communication/book7/9_12_Thon.pdf (Stand: 12. Dezember 2008)
- Turoff, Murray und Hiltz, Starr Roxanne (1977): Meeting through your computer. Information exchange and engineering decision-making are made easy through computer-assisted conferencing.
Zu finden auf: <http://eies.njit.edu/~turoff/Papers/mtyc.pdf> (Stand: 5. Jänner 2009)
- Utz, Sonja (2000). Social information processing in MUDs: The Development of Friendships in Virtual Worlds.
Zu finden auf: <http://www.behavior.net/JOB/v1n1/utz.html> (Stand: 3. September 2008)
- Van Baren, Joy, Ijsselsteijn, Wijnand, Markopoulos, Panos und Romero, Natalia (2004): Measuring Affective Benefits and Costs of Awareness Systems Supporting Intimate Social Networks.
Zu finden auf: <http://www.ijsselsteijn.nl/papers/SID2004.pdf> (Stand: 26. Jänner 2009)
- Vorderer, Peter und Bryant, Jennings (2006): Playing Video Games. Motives, Responses and Consequences. New Jersey.
- Walther, Joseph B. (1992): Interpersonal Effects in Computer-Mediated Interaction: A Relational Perspective.
In: Communication Research 19. 52-90.
- Walther, Joseph B. (1994): Anticipated ongoing interaction versus channel effects on relational communication in computer-mediated interaction.
In: Human Communication Research 20 (4). 473-501.

Walther, Joseph B. (2000). Die Beziehungsdynamik in virtuellen Teams.
In: Boos, Margarete., Jonas, Kai und Sassenberg, Kai (Hrsg.): Computervermittelte Kommunikation in Organisationen. Göttingen. 11-25.

Warschauer, Mark (1995/1996): Comparing face-to-face and electronic discussion in the second language classroom.

In: CALICO Journal 13 (2-3). 7-26.

Zu finden auf: https://www.calico.org/html/article_604.pdf (Stand: 22. November 2008)

Watts, Steve (2009): Limited Killzone 2 Demo Codes Available Tonight in Home.

Zu finden auf: <http://www.1up.com/do/newsStory?cId=3172811> (Stand: 3. Mai 2009)

Wellman, Barry (2003): Die elektronische Gruppe als soziales Netzwerk.

In: Thiedecke, Udo (Hg): Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen. Wiesbaden. 126-159.

Winterhoff-Spurk, Peter und Vitouch, Peter. (1989): Mediale Individualkommunikation.

In: Groebel, Jo und Winterhoff-Spurk, Peter (Hg): Empirische Medienpsychologie. München. 247-257.

Wolf, Mark J. P. und Perron, Bernard (Hg) (2003): The Video Game Theory Reader. New York.

Yee, Nick (2006): The Demographics, Motivations, and Derived Experiences of Users of Massively-Multiuser Online Graphical Environments.

In: PRESENCE: Teleoperators and Virtual Environments 15. 309-329.

Zu finden auf: <http://www.nickyee.com/pubs/Yee%20-%20MMORPG%20Demographics%202006.pdf> (Stand: 2. Jänner 2009)

Yee, Nick (2007): Motivations of Play in Online Games. In: Journal of Cyber Psychology and Behavior 9. 772-775.

Zu finden auf: [www.nickyee.com/pubs/Yee%20-%20Motivations%20\(2007\).pdf](http://www.nickyee.com/pubs/Yee%20-%20Motivations%20(2007).pdf) (Stand: 5. September 2008)

Webseiten zu Videospielen & Nutzung

Blog: Jack Buser

<http://blog.us.playstation.com/author/jbuser>

Blog: Major Nelson

<http://majornelson.com/>

consol.AT

<http://www.consol.at>

consolPLUS

<http://www.consolplus.de>

Nintendo-Wi-Fi-Support

<http://www.nintendowifi.de>

Offizielle Website zur PS3:

<http://at.playstation.com/ps3/>

Offizielle Website zur Xbox 360:

<http://www.xbox.com>

Offizielle Website zu Xbox LIVE:

<http://live.xbox.com>

Offizielle Website zur Wii:

<http://de.wii.com/>

Second Life

<http://secondlife.com>

StarCraft

<http://eu.blizzard.com/de/starcraft/>

Statista – Das Statistikportal

<http://de.statista.com/>

Statistik Austria

<http://www.statistik-austria.at>

World Cyber Games

<http://www.wcg.com>

World of Warcraft

<http://www.wow-europe.com>

Verwendete Webforen & Communities:

buffed.de

<http://www.buffed.de>

Facebook

<http://www.facebook.com>

Gamespot:

<http://www.gamespot.com/forums/>

MySpace

<http://www.myspace.com>

StudiVZ

<http://www.studivz.net>

The Escapist

<http://www.escapistmagazine.com/forums>

Twitter

<http://www.twitter.com>

Ultima Ratio

<http://www.ultima-ratio.at>

Xbox 360-Achievements

<http://www.xbox360achievements.org/>

Xing

<http://www.xing.com>

15. Anhang

Im folgenden Teil findet sich neben dem vollständigen Fragenkatalog der Online-Befragung und Bildern der drei in der Arbeit vorkommenden Spielkonsolen auch der Lebenslauf des Autors.

15.1 Bilder der Spielkonsolen

Microsoft Xbox 360



Abb.23. Microsoft Xbox 360 und Controller
(Quelle: Microsoft)



Abb.24. Xbox 360-Controller mit aufgesteckter Tastatur
(Quelle: Microsoft)

Sony PlayStation 3



Abb.25. Sony PlayStation 3 und Controller
(Quelle: Sony)



Abb.26. PS3-Controller mit aufgesteckter Tastatur
(Quelle: Sony)

Nintendo Wii



Abb.27. Nintendo Wii und Controller
(Quelle: Nintendo)



Abb.28. Nintendo Wii mit
angeschlossenem Nunchuk
(Quelle: Nintendo)

15.2 Fragenkatalog der Online-Befragung

Personendaten

PD_01 Alter

Alter

050 PD_01_01 <ohne Text>

PD_02 Geschlecht

Geschlecht

051 PD_02 = 1 männlich

051 PD_02 = 2 weiblich

PD_03 Ausbildung

höchste abgeschlossene Ausbildung

052 PD_03 = 1 Grundschule/Volksschule

052 PD_03 = 2 Hauptschule/Gymnasium

052 PD_03 = 3 Polytechnikum/Handelsschule etc.

052 PD_03 = 4 Abitur/Matura

052 PD_03 = 5 Lehre

052 PD_03 = 6 Universität/Hochschule

PD_11 Arbeit

derzeitige Beschäftigung (Mehrfachantwort möglich)

Wertebereich: 1=nicht ausgewählt, 2=ausgewählt

053 PD_11_01 VollzeitJob

054 PD_11_02 TeilzeitJob

055 PD_11_03 selbstständig

056 PD_11_04 Pension

057 PD_11_05 Lehrling/Azubi

058 PD_11_06 Schüler/Student

059 PD_11_07 arbeitslos

PD_04 Beziehung

Beziehungsstatus

060 PD_04 = 1 Single

060 PD_04 = 2 Beziehung

060 PD_04 = 3 verheiratet

PD_05 Kinder

Kinder

061 PD_05 = 1 ja

061 PD_05 = 2 nein

PD_06 Konsolen Online

Mit welchem dieser Systeme spielst du regelmäßig online (Mehrfachantwort möglich)?

Wertebereich: 1=nicht ausgewählt, 2=ausgewählt

062 PD_06_01 PC/Mac

063 PD_06_02 Xbox 360

064 PD_06_03 PlayStation 3

065 PD_06_04 Nintendo Wii

066 PD_06_05 Nintendo DS

067 PD_06_06 PlayStation Portable

PD_07 Konsolen Besitz

Welche dieser Spielsysteme besitzt du (Mehrfachantwort möglich)?

Wertebereich: 1=nicht ausgewählt, 2=ausgewählt

068 PD_07_01 PC/Mac

069 PD_07_02 Xbox 360

070 PD_07_03 PlayStation 3

071 PD_07_04 Nintendo Wii

072 PD_07_05 Nintendo DS

073 PD_07_06 PlayStation Portable

PD_08 Land

Ich wohne in

074 PD_08 = 1 Österreich

074 PD_08 = 2 Deutschland

074 PD_08 = 3 Schweiz

074 PD_08 = 4 einem anderen Land, nämlich

075 PD_08_04 Texteingabe f. einem anderen Land, nämlich

PD_09 Haushalt

Haushalt

076 PD_09_01 Mich eingeschlossen wohnen in meinem Haushalt [...] Personen.

PD_10 Wohntyp

Ich wohne
077 **PD_10** = 1 bei meinen Eltern oder anderen Angehörigen (z.B. Großeltern)
077 **PD_10** = 2 in einer Partnerschaft/Ehe
077 **PD_10** = 3 in einer WG
077 **PD_10** = 4 alleine
077 **PD_10** = 5 anderswo, nämlich
078 **PD_10_05** Texteingabe f. anderswo, nämlich

PC/Mac

PC_01 Features

PC/Mac Features
Wertebereich: 1="nicht wegzudenken" bis 4="brauche ich nicht"
000 **PC_01_01** Offline Spielen
001 **PC_01_02** Online Spielen
002 **PC_01_03** Textoder
Sprachchat bzw. Mails
003 **PC_01_04** FreundesCommunity
004 **PC_01_05** Download von Spielen
005 **PC_01_06** Download von Videos bzw. anderen Medien
006 **PC_01_07** Video,
Audio und DVDWiedergabe
007 **PC_01_08** Internetbrowser
008 **PC_01_09** in Games in neue Persönlichkeiten schlüpfen

PC_02 Spielzeit

Generelle Spielzeit
009 **PC_02_01** Ich spiele rund [...] Stunden pro Woche mit meinem PC/Mac.

PC_03 OnlineSpielzeit

OnlineSpielzeit
010 **PC_03_01** Davon spiele ich rund [...] Stunden pro Woche online.

PC_04 SpielGenre

Die meiste OnlineZeit
entfällt auf folgendes SpielGenre:
011 **PC_04** = 1 EgoShooter
(z.B. Counter Strike)
011 **PC_04** = 2 Rollenspiele (z.B. World of Warcraft)
011 **PC_04** = 3 Rennspiele (z.B. Burnout)
011 **PC_04** = 4 StrategieSpiele
(z.B. Command & Conquer)
011 **PC_04** = 5 ActionSpiele
(z.B. Gears of War)
011 **PC_04** = 6 MiniSpiele
(z.B. OGame)
011 **PC_04** = 7 Jump'n'Run Spiele
011 **PC_04** = 8 Simulation (Second Life)
011 **PC_04** = 9 SportSpiele
(z.B. FIFA 09)

PC_05 MultiArt

Beim PC/MacOnlineGaming
spiele ich meistens:
012 **PC_05** = 1 alleine für mich
012 **PC_05** = 2 im Team mit Unbekannten
012 **PC_05** = 3 gegen oder mit Leuten aus meiner/m Gruppe/Gilde/Clan

PC_06 Freunde

013 **PC_06_01** Ich habe im Durchschnitt [...] OnlineBekanntschaften.

PC_07 OnlineFreund

014 **PC_07_01** Mit [...] Personen davon spiele ich regelmäßig (d.h. mind. einmal pro Woche) zusammen (d.h. nicht nur im selben Game zu sein, sondern auch miteinander interagieren bzw. kommunizieren.)

PC_08 MultikonsolenFreunde

015 **PC_08_01** Mit etwa [...] dieser Personen spiele ich online auch auf Konsolen.

PC_09 FamilyFreunde

016 **PC_09_01** Etwa [...] meiner Online Bekannten sind Familienmitglieder oder Freundschaften, die sich unabhängig vom OnlineGaming
entwickelten (z.B. Schulkollegen/ Arbeitskollegen).

PC_10 EchteOnlineFreunde

017 **PC_10_01** Etwa [...] meiner übrigen OnlineBekanntschaften
würde ich als Freundschaften bezeichnen, die vergleichbar

oder besser sind, als meine im realen Leben geschlossenen Freundschaften.

PC_11 TreffpunktOnlineFreunde

Die meisten online getroffenen OnlineFreunde

habe ich getroffen:

018 **PC_11** = 1 über ein Spiel

018 **PC_11** = 2 in ChatRooms

018 **PC_11** = 3 in Webforen

018 **PC_11** = 4 anderswo, nämlich:

018 **PC_11** = 5 habe keine Personen online kennengelernt

019 **PC_11_04** Texteingabe f. anderswo, nämlich:

PC_12 Gesprächsthemen

Wenn ich mit PC/MacOnlineFreunden

Nachrichten austausche, unterhalten wir uns vorwiegend über:

020 **PC_12** = 1 Dinge des alltäglichen Lebens

020 **PC_12** = 2 spielbezogene Dinge

020 **PC_12** = 3 Dinge des alltäglichen Lebens und spielbezogene Dinge im gleichen Maß.

PC_13 Geheimnisse

Ich erzähle PC/MacOnlineFreunden

Dinge, die ich nicht spielenden RealLifeFreunden

oder Familienmitgliedern nicht

erzählen würde:

021 **PC_13** = 1 ja

021 **PC_13** = 2 nein

PC_14 Treffen

022 **PC_14_01** Mit etwa [...] meiner online getroffenen PC/MacFreunde

habe ich auch RealLifeKontakt

(z.B. persönliches

Treffen).

PC_15 TreffenZweck

Diese Treffen dienen vorrangig:

023 **PC_15** = 1 dem gemeinsamen Videospiel (z.B. LANPartys)

023 **PC_15** = 2 gemeinsamen sportlichen Aktivitäten

023 **PC_15** = 3 anderen Aktivitäten wie Kino, Besuch, EisEssen,

DiscoBesuch

023 **PC_15** = 4 einer Mischung aus den drei ersten Punkten

023 **PC_15** = 5 etwas anderem, nämlich:

023 **PC_15** = 6 ich treffe mich nicht

024 **PC_15_05** Texteingabe f. etwas anderem, nämlich:

PC_16 KommunikationsMittel

Beim PC/MacOnlineGaming nutze ich diese spielinternen Kommunikationsmöglichkeiten (Mehrfachantwort möglich):

Wertebereich: 1=nicht ausgewählt, 2=ausgewählt

025 **PC_16_01** TextNachrichten

026 **PC_16_02** TextChat

027 **PC_16_03** Sprachchat

028 **PC_16_04** VideoChat

029 **PC_16_06** gar nicht, ich spiele ohne Unterhaltung

030 **PC_16_07** keines davon, ich nutze Spieleexterne

KommunikationsTools

PC_24 Fav KommunikationsMittel

Vorrangig nutze ich beim PC/MacOnlineGaming

aber diese spielinterne Kommunikationsmöglichkeit:

031 **PC_24** = 1 TextNachrichten

031 **PC_24** = 2 TextChat

031 **PC_24** = 3 Sprachchat

031 **PC_24** = 4 VideoChat

031 **PC_24** = 5 ich nutze alle Möglichkeiten in gleichem Maß

031 **PC_24** = 6 gar nicht, ich spiele ohne Unterhaltung

031 **PC_24** = 7 keines davon, ich nutze Spieleexterne

KommunikationsTools

PC_22 zusätzliche Tools

An zusätzlichen Tools zum Sprachbzw.

Textchat während des Spiels benutze ich (Mehrfachantwort möglich):

Wertebereich: 1=nicht ausgewählt, 2=ausgewählt

032 **PC_22_01** Instant Messenger

033 **PC_22_02** Textchats

034 **PC_22_03** VoiceChatTools

wie Ventrilo oder TeamSpeak

035 **PC_22_04** keines davon, ich spiele ohne Unterhaltung

036 **PC_22_05** keine, die Möglichkeiten, die die Spiele bieten, reichen mir

PC_25 Fav zusätzliche Tools

Vorrangig nutze ich aber dieses zusätzliche spieleexterne Tool zum Sprachund

Textchat:

037 **PC_25** = 1 Instant Messenger

037 **PC_25** = 2 Textchats

037 **PC_25** = 3 VoiceChatTools

wie Ventrilo oder TeamSpeak

037 **PC_25** = 4 keines davon, ich spiele ohne Unterhaltung

037 **PC_25** = 5 keine, die Möglichkeiten, die die Spiele bieten, reichen mir

PC_17 Andere Kommunikationsmittel

Um mich mit meinen OnlineFreunden

zu unterhalten, wenn ich nicht gerade im Spiel bin, nutze ich auch andere elektronische Kommunikationsmittel, nämlich (Mehrfachantwort möglich):

Wertebereich: 1=nicht ausgewählt, 2=ausgewählt

038 **PC_17_01** Webchats

039 **PC_17_02** Webforen

040 **PC_17_03** EMail

041 **PC_17_04** Telefon/Handy

042 **PC_17_05** auch weiterhin Tools wie Instant Messenger oder SprachTools

(z.B. Teamspeak)

043 **PC_17_06** keines davon, ich habe nur Kontakt mit meinen OnlineBekanntem, wenn ich im Spiel bin

PC_23 Fav Andere Kommunikationsmittel

Am liebsten nutze ich jedoch jenes spieleexterne Kommunikationsmittel:

044 **PC_23** = 1 Webchats

044 **PC_23** = 2 Webforen

044 **PC_23** = 3 EMail

044 **PC_23** = 4 Telefon/Handy

044 **PC_23** = 5 auch weiterhin Tools wie Instant Messenger oder SprachTools

(z.B. Teamspeak)

044 **PC_23** = 6 keines davon, ich habe nur Kontakt mit meinen OnlineBekanntem, wenn ich im Spiel bin

PC_18 Frequenz

Diese Kommunikationswege zur Unterhaltung mit OnlineFreunden

nutze ich im Vergleich zu den spielinternen Möglichkeiten:

045 **PC_18** = 1 öfter

045 **PC_18** = 2 weniger oft

045 **PC_18** = 3 gleich oft

045 **PC_18** = 4 gar nicht

PC_20 Verbundenheit

Sobald ich meinen PC/Mac eingeschaltet habe, fühle ich mich mit meinen OnlineFreunden, die ebenfalls online sind,

verbunden auch

wenn ich nicht mit ihnen spiele oder kommuniziere.

046 **PC_20** = 1 ja

046 **PC_20** = 2 nein

PC_21 Bindung

Aufgrund meiner OnlineFreunde

spiele ich manchmal viel länger, als ich geplant hatte.

047 **PC_21** = 1 ja

047 **PC_21** = 2 nein

PC_26 aktuelles OG

Derzeit widme ich jenem PC/MacGame

die meiste OnlineSpielzeit:

048 **PC_26_01** <ohne Text>

PC_27 OnlineEcht

049 **PC_27_01** Von den online getroffenen PC/MacOnlineFreunden

kenne ich etwa [...] mit ihrem RealLifeNamen.

PS3

PS_01 Features

PS3 Features

Wertebereich: 1="nicht wegzudenken" bis 4="brauche ich nicht"

079 **PS_01_01** Offline Spielen

080 **PS_01_02** Online Spielen

081 **PS_01_03** Textoder

Sprachchat bzw. Mails

082 **PS_01_04** FreundesCommunity

083 **PS_01_05** Download von Spielen

084 **PS_01_06** Download von Videos bzw. anderen Medien

085 **PS_01_07** Internetbrowser

086 **PS_01_08** Trophies
087 **PS_01_09** Video,
Audio und DVDWiedergabe
088 **PS_01_10** PS3 Life (Nachrichten & Wetterkanal)
089 **PS_01_11** Home Avatare

PS_02 Spielzeit

Generelle Spielzeit
090 **PS_02_01** Ich spiele rund [...] Stunden pro Woche mit meiner PS3.

PS_03 OnlineSpielzeit

OnlineSpielzeit
091 **PS_03_01** Davon spiele ich rund [...] Stunden pro Woche online.

PS_04 SpielGenre

Die meiste OnlineZeit
entfällt auf folgendes SpielGenre:
092 **PS_04** = 1 EgoShooter
(z.B. Haze)
092 **PS_04** = 2 Rollenspiele
092 **PS_04** = 3 Rennspiele (z.B. PURE)
092 **PS_04** = 4 StrategieSpiele
(z.B. Civilization)
092 **PS_04** = 5 ActionSpiele
(z.B. Dark Sector)
092 **PS_04** = 6 MiniSpiele
(z.B. Bomberman)
092 **PS_04** = 7 Jump'n'Run Spiele (z.B. Little Big Planet)
092 **PS_04** = 8 Simulation
092 **PS_04** = 9 SportSpiele
(z.B. FIFA 09)

PS_05 MultiArt

Beim PS3OnlineGaming
spiele ich meistens:
093 **PS_05** = 1 alleine für mich
093 **PS_05** = 2 im Team mit Unbekannten
093 **PS_05** = 3 gegen oder mit Leuten aus meiner PS3FriendList

PS_06 Freunde

094 **PS_06_01** Ich habe im Durchschnitt [...] Personen in meiner PS3Friend
List

PS_07 OnlineFreund

095 **PS_07_01** Von den Personen in meiner FriendList
spiele ich mit [...] regelmäßig (d.h. mind. einmal pro Woche) online mit
meiner PS3.

PS_08 MultikonsolenFreunde

096 **PS_08_01** Mit etwa [...] Personen aus meiner PS3FriendList
spiele ich auch online auf anderen Konsolen bzw. mit dem
PC/Mac.

PS_09 FamilyFreunde

097 **PS_09_01** Etwa [...] der Personen aus meiner FriendList
sind Familienmitglieder oder Freundschaften, die sich
unabhängig vom OnlineGaming
entwickelten (z.B. Schulkollegen/Arbeitskollegen).

PS_10 EchteOnlineFreunde

098 **PS_10_01** Etwa [...] meiner übrigen PS3OnlineBekanntschaften
würde ich als Freundschaften bezeichnen, die
vergleichbar oder besser sind, als meine im realen Leben geschlossenen Freundschaften.

PS_11 TreffpunkgOnlineFreunde

Die meisten online getroffenen OnlineFreunde
habe ich getroffen:
099 **PS_11** = 1 über ein Spiel
099 **PS_11** = 2 in ChatRooms
099 **PS_11** = 3 in Webforen
099 **PS_11** = 4 anderswo, nämlich:
099 **PS_11** = 5 habe keine Personen online kennengelernt
100 **PS_11_04** Texteingabe f. anderswo, nämlich:

PS_12 Gesprächsthemen

Wenn ich mit PS3OnlineFreunden
Nachrichten austausche, unterhalten wir uns vorwiegend über:
101 **PS_12** = 1 Dinge des alltäglichen Lebens

101 **PS_12** = 2 spielbezogene Dinge
101 **PS_12** = 3 Dinge des alltäglichen Lebens und spielbezogene Dinge im gleichen Maß.

PS_13 Geheimnisse

Ich erzähle PS3OnlineFreunden
Dinge, die ich nicht spielenden RealLifeFreunden
oder Familienmitgliedern nicht erzählen
würde:

102 **PS_13** = 1 ja
102 **PS_13** = 2 nein

PS_14 Treffen

103 **PS_14_01** Mit etwa [...] meiner online getroffenen PS3Friends
habe ich auch RealLifeKontakt
(z.B. persönliches
Treffen).

PS_15 TreffenZweck

Diese Treffen dienen vorrangig:

104 **PS_15** = 1 dem gemeinsamen Videospiele (z.B. LANPartys)
104 **PS_15** = 2 gemeinsamen sportlichen Aktivitäten
104 **PS_15** = 3 anderen Aktivitäten wie Kino, Besuch, EisEssen,
DiscoBesuch
104 **PS_15** = 4 einer Mischung aus den drei ersten Punkten
104 **PS_15** = 5 etwas anderem, nämlich:
104 **PS_15** = 6 ich treffe mich nicht
105 **PS_15_05** Texteingabe f. etwas anderem, nämlich:

PS_16 KommunikationsMittel

Auf der PS3 unterhalte ich mich mit meinen OnlineFreunden
mittels (Mehrfachantwort möglich):

Wertebereich: 1=nicht ausgewählt, 2=ausgewählt

106 **PS_16_01** TextNachrichten
107 **PS_16_02** TextChat
108 **PS_16_03** Sprachchat
109 **PS_16_04** VideoChat
110 **PS_16_07** gar nicht, ich spiele ohne Unterhaltung

PS_23 Fav KommunikationsMittel

Hauptsächlich benutze ich jedoch folgendes Mittel zur Kommunikation mit meinen PS3OnlineFreunden:

111 **PS_23** = 1 TextNachrichten
111 **PS_23** = 2 TextChat
111 **PS_23** = 3 Sprachchat
111 **PS_23** = 4 VideoChat
111 **PS_23** = 6 ich nutze alle Möglichkeiten in gleichem Maß
111 **PS_23** = 7 gar nicht, ich spiele ohne Unterhaltung

PS_17 Andere KommunikationsMittel

Ich nutze auch andere PS3unabhängige
Möglichkeiten zur Kommunikation mit meinen PS3OnlineFreunden,
nämlich

(Mehrfachantwort möglich):

Wertebereich: 1=nicht ausgewählt, 2=ausgewählt

112 **PS_17_01** Webchats
113 **PS_17_02** Webforen
114 **PS_17_03** EMail
115 **PS_17_04** Telefon/Handy
116 **PS_17_05** keine, die von der PS3 angebotenen Kommunikationsmittel reichen mir

PS_22 Fav Andere KommunikationsMittel

Am liebsten nutze ich jedoch jene PS3unabhängige

Möglichkeit:

117 **PS_22** = 1 Webchats
117 **PS_22** = 2 Webforen
117 **PS_22** = 3 EMail
117 **PS_22** = 4 Telefon/Handy
117 **PS_22** = 5 keine, die von der PS3 angebotenen Kommunikationsmittel reichen mir

PS_18 Frequenz

Diese Kommunikationswege zur Unterhaltung mit PS3OnlineFriends

nutze ich im Vergleich zu den PS3internen

Möglichkeiten:

118 **PS_18** = 1 öfter
118 **PS_18** = 2 weniger oft
118 **PS_18** = 3 gleich oft
118 **PS_18** = 4 gar nicht

PS_19 Ohne Spiel Kommunikation

Ich nutze die Kommunikationswege der PS3 auch, wenn ich nicht gerade mit meinen Freunden spiele.

119 **PS_19** = 1 ja
119 **PS_19** = 2 nein

PS_20 Verbundenheit

Sobald ich meine PS3 eingeschaltet habe, fühle ich mich mit meinen OnlineFreunden, die ebenfalls online sind, verbunden auch wenn ich nicht mit ihnen spiele.

120 **PS_20** = 1 ja
120 **PS_20** = 2 nein

PS_21 Bindung

Aufgrund meiner OnlineFreunde spiele ich manchmal viel länger, als ich geplant hatte.

121 **PS_21** = 1 ja
121 **PS_21** = 2 nein

PS_24 aktuelles OG

Derzeit widme ich jenem PS3Game die meiste OnlineSpielzeit:

122 **PS_24_01** <ohne Text>

PS_25 OnlineEcht

123 **PS_25_01** Von den online getroffenen PS3OnlineFreunden kenne ich etwa [...] mit ihrem RealLifeNamen.

Wii

WI_01 Features

Wii Features

Wertebereich: 1="nicht wegzudenken" bis 4="brauche ich nicht"

124 **WI_01_01** Offline Spielen
125 **WI_01_02** Online Spielen
126 **WI_01_03** Textoder Sprachchat bzw. Mails
127 **WI_01_04** FreundesCommunity
128 **WI_01_05** Download von Spielen
129 **WI_01_06** Download von Videos bzw. anderen Medien
130 **WI_01_07** Internetbrowser
131 **WI_01_08** Nachrichtenkanal
132 **WI_01_09** Wetterkanal
133 **WI_01_10** WiiSpeak Channel
134 **WI_01_11** Miis

WI_02 Spielzeit

Generelle Spielzeit

135 **WI_02_01** Ich spiele rund [...] Stunden pro Woche mit meiner Wii.

WI_03 OnlineSpielzeit

OnlineSpielzeit

136 **WI_03_01** Davon spiele ich rund [...] Stunden pro Woche online.

WI_04 SpielGenre

Die meiste OnlineZeit entfällt auf folgendes SpielGenre:

137 **WI_04** = 1 EgoShooter
(z.B. Medal of Honor: Heroes 2)
137 **WI_04** = 2 Rollenspiele (z.B. Pokémon)
137 **WI_04** = 3 Rennspiele (z.B. Mario Kart)
137 **WI_04** = 4 StrategieSpiele
137 **WI_04** = 5 ActionSpiele
(z.B. Super Smash Bros. Brawl)
137 **WI_04** = 6 MiniSpiele
(z.B. Dr. Mario)
137 **WI_04** = 7 Jump'n'Run Spiele
137 **WI_04** = 8 Simulation (z.B. Animal Crossing)
137 **WI_04** = 9 SportSpiele
(z.B. FIFA 09)

WI_05 MultiArt

Beim WiiOnlineGaming

spiele ich meistens:

138 **WI_05** = 1 alleine für mich
138 **WI_05** = 2 im Team mit Unbekannten
138 **WI_05** = 3 gegen oder mit Leuten aus meiner WiiFriendList

WI_06 Freunde

139 **WI_06_01** Ich habe im Durchschnitt [...] Personen in meiner WiiFriend List (bzw. in den Listen der Spiele).

WI_07 OnlineFreund

140 **WI_07_01** Von den Personen in meiner FriendList spiele ich mit [...] regelmäßig (d.h. mind. einmal pro Woche) online mit meiner Wii.

WI_08 MultikonsolenFreunde

141 **WI_08_01** Mit etwa [...] Personen aus meiner WiiFriendList spiele ich auch online auf anderen Konsolen bzw. mit dem PC/Mac.

WI_09 FamilyFreunde

142 **WI_09_01** Etwa [...] der Personen aus meiner FriendList sind Familienmitglieder oder Freundschaften, die sich unabhängig vom OnlineGaming entwickelten (z.B. Schulkollegen/ Arbeitskollegen).

WI_10 EchteOnlineFreunde

143 **WI_10_01** Etwa [...] meiner übrigen WiiOnlineBekanntschaften würde ich als Freundschaften bezeichnen, die vergleichbar oder besser sind, als meine im realen Leben geschlossenen Freundschaften.

WI_11 TreffpunktOnlineFreunde

Die meisten online getroffenen OnlineFreunde habe ich getroffen:

144 **WI_11** = 1 über ein Spiel

144 **WI_11** = 2 in ChatRooms

144 **WI_11** = 3 in Webforen

144 **WI_11** = 4 anderswo, nämlich:

144 **WI_11** = 5 habe keine Personen online kennengelernt

145 **WI_11_04** Texteingabe f. anderswo, nämlich:

WI_12 Gesprächsthemen

Wenn ich mit WiiOnlineFreunden Nachrichten austausche, unterhalten wir uns vorwiegend über:

146 **WI_12** = 1 Dinge des alltäglichen Lebens

146 **WI_12** = 2 spielbezogene Dinge

146 **WI_12** = 3 Dinge des alltäglichen Lebens und spielbezogene Dinge im gleichen Maß.

WI_13 Geheimnisse

Ich erzähle WiiOnlineFreunden Dinge, die ich nicht spielenden RealLifeFreunden oder Familienmitgliedern nicht erzählen würde:

147 **WI_13** = 1 ja

147 **WI_13** = 2 nein

WI_14 Treffen

148 **WI_14_01** Mit etwa [...] meiner online getroffenen WiiFriends habe ich auch RealLifeKontakt (z.B. persönliches Treffen).

WI_15 TreffenZweck

Diese Treffen dienen vorrangig:

149 **WI_15** = 1 dem gemeinsamen Videospiele (z.B. LANPartys)

149 **WI_15** = 2 gemeinsamen sportlichen Aktivitäten

149 **WI_15** = 3 anderen Aktivitäten wie Kino, Besuch, EisEssen, DiscoBesuch

149 **WI_15** = 4 einer Mischung aus den drei ersten Punkten

149 **WI_15** = 5 etwas anderem, nämlich:

149 **WI_15** = 6 ich treffe mich nicht

150 **WI_15_05** Texteingabe f. etwas anderem, nämlich:

WI_16 KommunikationsMittel

Auf der Wii unterhalte ich mich mit meinen OnlineFreunden mittels (Mehrfachantwort möglich):

Wertebereich: 1=nicht ausgewählt, 2=ausgewählt

151 **WI_16_01** TextNachrichten

152 **WI_16_02** TextChat

153 **WI_16_03** Sprachchat

154 **WI_16_05** gar nicht, ich spiele ohne Unterhaltung

WI_23 Fav KommunikationsMittel

Hauptsächlich benutze ich jedoch folgende Mittel der Wii zur Kommunikation mit meinen WiiOnlineFreunden:

155 **WI_23** = 1 TextNachrichten

155 **WI_23** = 2 TextChat
155 **WI_23** = 3 Sprachchat
155 **WI_23** = 4 ich nutze alle Möglichkeiten in gleichem Maß
155 **WI_23** = 5 gar nicht, ich spiele ohne Unterhaltung

WI_17 Andere Kommunikationsmittel

Ich nutze auch andere Wiiunabhängige
Möglichkeiten zur Kommunikation mit meinen WiiOnlineFreunden,
nämlich
(Mehrfachantwort möglich):

Wertebereich: 1=nicht ausgewählt, 2=ausgewählt

156 **WI_17_01** Webchats
157 **WI_17_02** Webforen
158 **WI_17_03** EMail
159 **WI_17_04** Telefon/Handy
160 **WI_17_05** keine, die von der Wii angebotenen Kommunikationsmittel reichen mir

WI_22 Fav Andere Kommunikationsmittel

Vorrangig nutze ich jedoch jenes Wiiunabhängige
Kommunikationsmittel zur Kommunikation mit meinen WiiOnlineFreunden:

161 **WI_22** = 1 Webchats
161 **WI_22** = 2 Webforen
161 **WI_22** = 3 EMail
161 **WI_22** = 4 Telefon/Handy
161 **WI_22** = 5 keine, die von der Wii angebotenen Kommunikationsmittel reichen mir

WI_18 Frequenz

Diese Kommunikationswege zur Unterhaltung mit WiiOnlineFriends
nutze ich im Vergleich zu den Wiiinternern

Möglichkeiten:

162 **WI_18** = 1 öfter
162 **WI_18** = 2 weniger oft
162 **WI_18** = 3 gleich oft
162 **WI_18** = 4 gar nicht

WI_19 Ohne Spiel Kommunikation

Ich nutze die Kommunikationswege der Wii auch, wenn ich nicht gerade mit meinen Freunden spiele.

163 **WI_19** = 1 ja
163 **WI_19** = 2 nein

WI_20 Verbundenheit

Sobald ich meine Wii eingeschaltet habe, fühle ich mich mit meinen OnlineFreunden,
die ebenfalls online sind, verbunden auch
wenn ich nicht mit ihnen spiele.

164 **WI_20** = 1 ja
164 **WI_20** = 2 nein

WI_21 Bindung

Aufgrund meiner OnlineFreunde
spiele ich manchmal viel länger, als ich geplant hatte.

165 **WI_21** = 1 ja
165 **WI_21** = 2 nein

WI_24 aktuelles OG

Derzeit widme ich jenem WiiGame
die meiste OnlineSpielzeit:

166 **WI_24_01** <ohne Text>

WI_25 OnlineEcht

167 **WI_25_01** Von den online getroffenen WiiOnlineFreunden
kenne ich etwa [...] mit ihrem RealLifeNamen.

Xbox 360

XB_01 Features

Xbox 360 Features

Wertebereich: 1="nicht wegzudenken" bis 4="brauche ich nicht"

168 **XB_01_01** Offline Spielen
169 **XB_01_02** Online Spielen
170 **XB_01_03** Textoder
Sprachchat bzw. Mails
171 **XB_01_04** FreundesCommunity
172 **XB_01_05** Download von Spielen
173 **XB_01_06** Download von Videos bzw. anderen Medien
174 **XB_01_07** Video,
Audio und DVDWiedergabe
175 **XB_01_08** Achievements (Erfolge)

176 **XB_01_09** Avatare

XB_02 Spielzeit

Generelle Spielzeit

177 **XB_02_01** Ich spiele rund [...] Stunden pro Woche mit meiner Xbox 360.

XB_03 OnlineSpielzeit

OnlineSpielzeit

178 **XB_03_01** Davon spiele ich rund [...] Stunden pro Woche online.

XB_04 SpielGenre

Die meiste OnlineZeit

entfällt auf folgendes SpielGenre:

179 **XB_04** = 1 EgoShooter

(z.B. Halo)

179 **XB_04** = 2 Rollenspiele (z.B. Fable 2)

179 **XB_04** = 3 Rennspiele (z.B. PURE)

179 **XB_04** = 4 StrategieSpiele

(z.B. Civilization)

179 **XB_04** = 5 ActionSpiele

(z.B. Dark Sector)

179 **XB_04** = 6 MiniSpiele

(z.B. Bomberman Live)

179 **XB_04** = 7 Jump'n'Run Spiele

179 **XB_04** = 8 Simulation (z.B. Viva Pinata Chaos im Paradies)

179 **XB_04** = 9 SportSpiele

(z.B. FIFA 09)

XB_05 MultiArt

Beim Xbox360OnlineGaming

spiele ich meistens:

180 **XB_05** = 1 alleine für mich

180 **XB_05** = 2 im Team mit Unbekannten

180 **XB_05** = 3 gegen oder mit Leuten aus meiner Xbox 360FriendList

XB_06 Freunde

181 **XB_06_01** Ich habe im Durchschnitt [...] Personen in meiner Xbox 360 Friend List

XB_07 OnlineFreund

182 **XB_07_01** Von den Personen in meiner FriendList

spiele ich mit [...] regelmäßig (d.h. mind. einmal pro Woche) online mit meiner Xbox 360.

XB_08 MultikonsolenFreunde

183 **XB_08_01** Mit etwa [...] Personen aus meiner Xbox 360 FriendList

spiele ich auch online auf anderen Konsolen bzw. mit dem PC/Mac.

XB_09 FamilyFreunde

184 **XB_09_01** Etwa [...] der Personen aus meiner FriendList

sind Familienmitglieder oder Freundschaften, die sich unabhängig vom OnlineGaming

entwickelten (z.B. Schulkollegen/ Arbeitskollegen).

XB_10 EchteOnlineFreunde

185 **XB_10_01** Etwa [...] meiner übrigen Xbox 360OnlineBekanntschaften

würde ich als Freundschaften bezeichnen, die

vergleichbar oder besser sind, als meine im realen Leben geschlossenen Freundschaften.

XB_11 TreffpunktOnlineFreunde

Die meisten online getroffenen OnlineFreunde

habe ich getroffen:

186 **XB_11** = 1 über ein Spiel

186 **XB_11** = 2 in ChatRooms

186 **XB_11** = 3 in Webforen

186 **XB_11** = 4 anderswo, nämlich:

186 **XB_11** = 5 habe keine Personen online kennengelernt

187 **XB_11_04** Texteingabe f. anderswo, nämlich:

XB_12 Gesprächsthemen

Wenn ich mit Xbox360OnlineFreunden

Nachrichten austausche, unterhalten wir uns vorwiegend über:

188 **XB_12** = 1 Dinge des alltäglichen Lebens

188 **XB_12** = 2 spielbezogene Dinge

188 **XB_12** = 3 Dinge des alltäglichen Lebens und spielbezogene Dinge im gleichen Maß.

XB_13 Geheimnisse

Ich erzähle Xbox 360OnlineFreunden
Dinge, die ich nicht spielenden RealLifeFreunden
oder Familienmitgliedern nicht
erzählen würde:
189 **XB_13** = 1 ja
189 **XB_13** = 2 nein

XB_14 Treffen

190 **XB_14_01** Mit etwa [...] meiner online getroffenen Xbox 360Friends
habe ich auch RealLifeKontakt
(z.B. persönliches
Treffen).

XB_15 TreffenZweck

Diese Treffen dienen vorrangig:
191 **XB_15** = 1 dem gemeinsamen Videospiel (z.B. LANPartys)
191 **XB_15** = 2 gemeinsamen sportlichen Aktivitäten
191 **XB_15** = 3 anderen Aktivitäten wie Kino, Besuch, EisEssen,
DiscoBesuch
191 **XB_15** = 4 einer Mischung aus den drei ersten Punkten
191 **XB_15** = 5 etwas anderem, nämlich:
191 **XB_15** = 6 ich treffe mich nicht
192 **XB_15_05** Texteingabe f. etwas anderem, nämlich:

XB_16 KommunikationsMittel

Auf der Xbox 360 unterhalte ich mich mit meinen OnlineFreunden
mittels (Mehrfachantwort möglich):
Wertebereich: 1=nicht ausgewählt, 2=ausgewählt
193 **XB_16_01** über TextNachrichten
194 **XB_16_02** TextChat
195 **XB_16_03** Sprachchat
196 **XB_16_04** VideoChat
197 **XB_16_05** MSNMessenger
198 **XB_16_07** gar nicht, ich spiele ohne Unterhaltung

XB_23 Fav KommunikationsMittel

Hauptsächlich benutze ich jedoch folgendes Mittel zur Kommunikation mit meinen Xbox 360OnlineFreunden:
199 **XB_23** = 1 TextNachrichten
199 **XB_23** = 2 TextChat
199 **XB_23** = 3 Sprachchat
199 **XB_23** = 4 VideoChat
199 **XB_23** = 5 MSNMessenger
199 **XB_23** = 6 ich nutze alle Möglichkeiten in gleichem Maß
199 **XB_23** = 7 gar nichts, ich spiele ohne Unterhaltung

XB_17 Andere KommunikationsMittel

Ich nutze auch andere Xbox360unabhängige
Möglichkeiten zur Kommunikation mit meinen Xbox360OnlineFreunden,
nämlich (Mehrfachantwort möglich):
Wertebereich: 1=nicht ausgewählt, 2=ausgewählt
200 **XB_17_01** Webchats
201 **XB_17_02** Webforen
202 **XB_17_03** EMail
203 **XB_17_04** Telefon/Handy
204 **XB_17_05** keine, die von der Xbox 360 angebotenen Kommunikationsmittel reichen mir

XB_22 Fav Andere KommunikationsMittel

Vorrangig nutze ich jedoch jenes Xbox360unabhängige
Kommunikationsmittel zur Kommunikation mit meinen Xbox360VariablenÜbersicht
OnlineFreunden:
205 **XB_22** = 1 Webchats
205 **XB_22** = 2 Webforen
205 **XB_22** = 3 EMail
205 **XB_22** = 4 Telefon/Handy
205 **XB_22** = 5 keine, die von der Xbox 360 angebotenen Kommunikationsmittel reichen mir

XB_18 Frequenz

Diese Kommunikationswege zur Unterhaltung mit Xbox 360OnlineFriends
nutze ich im Vergleich zu den Xbox 360internen
Möglichkeiten:
206 **XB_18** = 1 öfter
206 **XB_18** = 2 weniger oft
206 **XB_18** = 3 gleich oft
206 **XB_18** = 4 gar nicht

XB_19 Ohne Spiel Kommunikation

Ich nutze die Kommunikationswege der Xbox 360 auch, wenn ich nicht gerade mit meinen Freunden spiele.
207 **XB_19** = 1 ja
207 **XB_19** = 2 nein

XB_20 Verbundenheit

Sobald ich meine Xbox 360 eingeschaltet habe, fühle ich mich mit meinen OnlineFreunden,
die ebenfalls online sind,
verbunden auch
wenn ich nicht mit ihnen spiele.

208 **XB_20** = 1 ja

208 **XB_20** = 2 nein

XB_21 Bindung

Aufgrund meiner OnlineFreunde
spiele ich manchmal viel länger, als ich geplant hatte.

209 **XB_21** = 1 ja

209 **XB_21** = 2 nein

XB_24 aktuelles OG

Derzeit widme ich jenem Xbox360Game
die meiste OnlineSpielzeit:

210 **XB_24_01** <ohne Text>

XB_25 OnlineEcht

211 **XB_25_01** Von den online getroffenen Xbox 360OnlineFreunden
kenne ich etwa [...] mit ihrem RealLifeNamen.

15.3 Lebenslauf: Hanns Peter Glock

Persönliche Daten

Name Hanns Peter Glock
Anschrift Koppstraße 4/37
1160 Wien
0650 / 30 03 883
hannspeterglock@aon.at

geboren am 15.4.1981 in Mödling
Staatsbürgerschaft Österreich
Familienstand ledig

Ausbildung

2000 – 2009 Universität Wien
Studium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft und
Theaterwissenschaft

1995 – 2000 Handelsakademie Eisenstadt
1991– 1995 BRG Eisenstadt
1987 – 1991 Volksschule Ebreichsdorf

Praxis

seit 2007 Redakteur beim österreichischen
Videospiegelverlag consolMEDIA

seit 2006 Redakteur bei allesfilm.com
(<http://www.allesfilm.com>)

2006 – 2008 Redakteur beim Online-Jugend-
Magazin Chilli.cc
(<http://www.chilli.cc>)

2006 – 2007 Praktikum beim deutschen
Videospiegelverlag Computec Media AG
in Nürnberg

2004 – 2005 Zivildienst im Katastrophenlager des
Österreichischen Roten Kreuzes