

Thorsten Quandt · Jeffrey Wimmer
Jens Wolling (Hrsg.)

Die Computerspieler

Studien zur Nutzung von
Computergames

2. Auflage

ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION MEDIEN KOMMUNIKATORFORSCHUNG MEDIENSYSTEM JOURNALISMUS WERBUNG MEDIENWIRTSCHAFT ONLINEKOMMUNIKATION MEDIENRECHT PUBLIC RELATIONS MEDIENMANAGEMENT POLITISCHE KOMMUNIKATION PRINTMEDIEN HÖRFUNK FERNSEHEN MEDIENWIRKUNG MEDIENINHALTE LOKALE KOMMUNIKATION MEDIENÖKONOMIE ELEKTRONISCHE MEDIEN MEDIENPÄDAGOGIK NUTZUNGSFORSCHUNG MEDIENGESCHICHTE MEDIENPSYCHOLOGIE KOMMUNIKATIONSTHEORIEN MEDIENPOLITIK MEDIENORGANISATIONEN INTERNATIONALE KOMMUNIKATION MEDIEN UND MARKTFORSCHUNG MEDIENKONVERGENZ ORGANISATIONSKOMMUNIKATION ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION MEDIEN KOMMUNIKATORFORSCHUNG MEDIENSYSTEM JOURNALISMUS WERBUNG MEDIENWIRTSCHAFT ONLINEKOMMUNIKATION MEDIENRECHT PUBLIC RELATIONS MEDIENMANAGEMENT POLITISCHE KOMMUNIKATION PRINTMEDIEN HÖRFUNK FERNSEHEN MEDIENWIRKUNG MEDIENINHALTE LOKALE KOMMUNIKATION MEDIENÖKONOMIE ELEKTRONISCHE MEDIEN MEDIENPÄDAGOGIK NUTZUNGSFORSCHUNG MEDIENGESCHICHTE MEDIENPSYCHOLOGIE KOMMUNIKATIONSTHEORIEN



Thorsten Quandt · Jeffrey Wimmer
Jens Wolling (Hrsg.)

Die Computerspieler

Studien zur Nutzung von
Computergames

2. Auflage

ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION MEDIEN KOMMUNIKATORFORSCHUNG MEDIEN
SYSTEM JOURNALISMUS WERBUNG MEDIENWIRTSCHAFT ONLINEKOMMUNIKA
TION MEDIENRECHT PUBLIC RELATIONS MEDIENMANAGEMENT POLITISCHE
KOMMUNIKATION PRINTMEDIEN HÖRFUNK FERNSEHEN MEDIENWIRKUNG
MEDIENINHALTE LOKALE KOMMUNIKATION MEDIENÖKONOMIE ELEKTRO
NISCHE MEDIEN MEDIENPÄDAGOGIK NUTZUNGSFORSCHUNG MEDIENGE
SCHICHTE MEDIENPSYCHOLOGIE KOMMUNIKATIONSTHEORIEN MEDIENPOLI
TIK MEDIENORGANISATIONEN INTERNATIONALE KOMMUNIKATION MEDIEN
UND MARKTFORSCHUNG MEDIENKONZENTRIERUNG ORGANISATIONSKOMMU
NIKATION ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION MEDIEN KOMMUNIKATORFOR
SCHUNG MEDIENSYSTEM JOURNALISMUS WERBUNG MEDIENWIRTSCHAFT
ONLINEKOMMUNIKATION MEDIENRECHT PUBLIC RELATIONS MEDIENMANA
GEMENT POLITISCHE KOMMUNIKATION PRINTMEDIEN HÖRFUNK FERNSEHEN
MEDIENWIRKUNG MEDIENINHALTE LOKALE KOMMUNIKATION MEDIENÖKO
NOMIE ELEKTRONISCHE MEDIEN MEDIENPÄDAGOGIK NUTZUNGSFORSCHUNG
MEDIENGESCHICHTE MEDIENPSYCHOLOGIE KOMMUNIKATIONSTHEORIEN



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Thorsten Quandt · Jeffrey Wimmer · Jens Wolling (Hrsg.)

Die Computerspieler

Thorsten Quandt · Jeffrey Wimmer
Jens Wolling (Hrsg.)

Die Computerspieler

Studien zur Nutzung von
Computergames

2. Auflage



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

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

1. Auflage 2008
2. Auflage 2009

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2009

Lektorat: Barbara Emig-Roller

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips b.v., Meppel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-16703-9

Inhalt

Vorwort.....	9
1 Einführung.....	11
<i>Jens Wolling, Thorsten Quandt und Jeffrey Wimmer</i>	
Warum Computerspieler mit dem Computer spielen. Vorschlag eines Analyserahmens für die Nutzungsforschung	13
2 Computerspiele: (K)Ein Thema für die Medien- und Kommunikationswissenschaft?	23
2.1 <i>Friedrich Krotz</i>	
Computerspiele als neuer Kommunikationstypus. Interaktive Kommunikation als Zugang zu komplexen Welten	25
2.2 <i>Carsten Wunsch und Bastian Jenderek</i>	
Computerspielen als Unterhaltung	41
2.3 <i>Christoph Klimmt</i>	
Die Nutzung von Computerspielen. Interdisziplinäre Perspektiven	57
2.4 <i>Jens Wolling</i>	
Entwicklungstrends in der Computerspielnutzung bei Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen.....	73
3 Spieler-Gruppen: Vielfalt der Gamer-Typen?	95
3.1 <i>Andreas Hepp und Waldemar Vogelgesang</i>	
Die LAN-Szene. Vergemeinschaftungsformen und Aneignungsweisen	97
3.2 <i>Helmut Grüninger, Thorsten Quandt und Jeffrey Wimmer</i>	
Generation 35 Plus. Eine explorative Interviewstudie zu den Spezifika älterer Computerspieler.....	113

3.3	<i>Jürgen Fritz</i> Spielen in virtuellen Gemeinschaften.....	135
3.4	<i>Jeffrey Wimmer, Thorsten Quandt und Kristin Vogel</i> Teamplay, Clanhopping und Wallhacker. Eine explorative Analyse des Computerspielens in Clans	149
3.5	<i>Thorsten Quandt und Jeffrey Wimmer</i> Online-Spieler in Deutschland 2007. Befunde einer repräsentativen Befragungsstudie	169
3.6	<i>Katharina-Maria Behr</i> Kreative Spiel(weiter)entwicklung. Modding als Sonderform des Umgangs mit Computerspielen.....	193
4	Spiele-Genres: Andere Spiele, andere Spieler?	209
4.1	<i>Tilo Hartmann</i> Let's compete! Wer nutzt den sozialen Wettbewerb in Computerspielen?.....	211
4.2	<i>Katharina-Maria Behr, Christoph Klimmt und Peter Vorderer</i> Leistungshandeln und Unterhaltungserleben im Computerspiel.....	225
4.3	<i>Philipp Lehmann, Andreas Reiter, Christina Schumann und Jens Wolling</i> Die First-Person-Shooter. Wie Lebensstil und Nutzungsmotive die Spielweise beeinflussen.....	241
4.4	<i>Alice Klink, Michel Marcolesco, Sönke Siemens und Jens Wolling</i> Sport in virtuellen und realen Welten. Eine Befragung unter Jugendlichen.....	263
4.5	<i>Gökalp Babayigit, Simon Hage, Timm Rotter, Sandra Schroeter und Jens Wolling</i> Being Hoeneß, Calmund, Assauer... Die Nutzung des Online-Fußballmanagers <i>Comunio</i> aus dynamisch-transaktionaler Perspektive	279

4.6 *Robert Seifert und Sven Jöckel*

Die Welt der Kriegskunst.

Nutzungsmotivation und Spielerleben im Massively Multiplayer Roleplaying

Game *World of Warcraft*.....2974.7 *Bastian Jenderek*

Echtzeitabenteuer ohne Grafik und Sound.

Die Nutzung von Multi-User-Domains313

Autorinnen und Autoren.....333

Register337

Vorwort

Wenn man mit der Fertigstellung eines Buches nicht so zügig vorangekommen ist, wie man wollte und wie man es angekündigt hatte, dann sucht man nach Gründen. Eine nahe liegende Erklärung ist natürlich, dass die zahlreichen Autoren, auf deren pünktliches Mitwirken man als Herausgeber angewiesen ist, ihre Beiträge nicht rechtzeitig wie vereinbart abgegeben haben. Dies wäre eine gute Entschuldigung, aber sie ist in unserem Fall völlig falsch, alle Autoren haben mit großer Gewissenhaftigkeit die Termine eingehalten. Und es war nicht nur ein Termin!

Wir haben uns als Herausgeber die Freiheit genommen, die Beiträge, die wir erhalten haben, einem Begutachtungsprozess zu unterziehen und unsere Kommentare und Verbesserungsvorschläge den Autoren mitzuteilen. Wir haben dies gemacht, nicht weil wir glauben, dass wir uns besser auskennen, es besser wissen oder weil wir eine bestimmte Sichtweise durchsetzen wollten, sondern weil wir meinen, dass ein wissenschaftlicher Publikationsprozess in eine Diskussion eingebettet werden sollte. Die hohe Wertschätzung, die wir Beiträgen aus wissenschaftlichen Fachzeitschriften schenken, beruht nicht nur darauf, dass schlechtere Beiträge ausgesondert werden, sondern kommt auch daher, dass die Autoren durch die Reviews Hinweise erhalten, was man anders interpretieren könnte, welche Argumente fehlen, wo theoretische Anknüpfungspunkte sind usw. Die Autoren haben dann die Chance, sich mit diesen Einwänden auseinander zu setzen. Im Bereich der Zeitschriftenpublikationen ist diese Vorgehensweise normal und Pflicht, in der Welt der Sammelbände allerdings eher die Ausnahme.

Wir danken allen Autoren, die an diesem Band mitgewirkt haben, dass sie sich trotzdem darauf eingelassen haben und sich nicht nur einmal – sondern fast immer zweimal – mit großer Geduld mit unseren Anmerkungen und Spitzfindigkeiten auseinander gesetzt haben.¹ Und das alles für einen Beitrag in einem Sammelband, einer Publikationsform, deren Reputation nicht eben hoch gehandelt wird. Wenn man es zeitökonomisch betrachtet, dann haben wir uns an allen Mitwirkenden versündigt. Wir glauben aber, dass es sich dennoch gelohnt hat. Wir haben das gute Gefühl, dass wir zusammen mit den Autoren ein Ergebnis erarbeitet haben, dass sich sehen lassen kann: Ein vielfältiges Spektrum aktueller Forschung zu einem spannenden Forschungsgegenstand.

Neben den Autoren danken wir Christian Friedewald, der uns beim Setzen der Beiträge unterstützt hat, insbesondere aber Christina Schumann, die viele der Beiträge durchgesehen und kritisch kommentiert hat. Ein ganz großes Dankeschön geht an Nina Springer, die mit großem Engagement das gesamte Werk nicht nur orthographisch und sprachlich, sondern oft auch inhaltlich redigiert hat. Ohne ihren kritischen Blick hätte sich zweifellos so mancher Fehler unentdeckt bis zum Druck durchgemogelt. Für die Zeichensetzungs-, Tipp-, und Grammatikfehler, die jetzt sicherlich immer noch vorhanden sind, übernehmen natürlich die Herausgeber die Verantwortung. Dank gilt schließlich auch der Sozialwissenschaftlichen Fakultät der LMU sowie dem Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau, die den Druck des Werkes mitfinanziert haben.

¹ Dem Prozess des mehrfachen gegenseitigen Kommentierens wurden übrigens auch die Beiträgen unterzogen, die einer oder zwei der Herausgeber (mit) zu verantworten haben. Hier hat Christina Schumann dafür gesorgt, dass von jeweils mindestens zwei Gutachtern Anmerkungen vorlagen.

Der allergrößte Dank geht aber an die vielen tausend Computerspieler, die an den in diesem Buch dokumentierten Studien teilgenommen haben. Ohne ihre große Bereitschaft mitzuwirken, wäre dieses Buch nicht möglich gewesen. Wir hoffen, dass sich neben der Fachöffentlichkeit auch der eine oder andere dieser Spieler für die Forschung über sein faszinierendes Hobby interessiert.

Jens Wolling, Thorsten Quandt und Jeffrey Wimmer

Ilmenau, Berlin und Bremen, im September 2007

Kapitel 1

Einführung

Warum Computerspieler mit dem Computer spielen

Vorschlag eines Analyserahmens für die Nutzungsforschung

Jens Wolling, Thorsten Quandt und Jeffrey Wimmer

1 Computerspielen – ein Thema für die Kommunikationswissenschaft?

Computerspiele sind faszinierend – nicht nur für Kinder und Jugendliche, sondern auch für viele Erwachsene. ‚Gamer‘ findet man inzwischen in allen Altersgruppen, und entgegen dem populären Vorurteil des ‚Spielzeugs für männliche Jugendliche‘ lassen sich in der Nutzerschaft auch immer mehr Spielerinnen ausmachen. Doch warum verbringen so viele Menschen – ob jung oder alt – große Teile ihrer Freizeit mit Computerspielen? Was führt die *World of Warcraft*-Spielerin immer wieder zurück in die virtuelle Welt von Azeroth, warum treten jugendliche Shooter-Fans im Wettbewerb gegeneinander an, warum investieren voll im Arbeitsleben stehende Erwachsene große Teile ihrer Freizeit in allabendliches Konsolen-Spielen? Worin die Faszination liegt, die so unterschiedliche Gruppen erfasst hat – zur Beantwortung dieser Frage will dieses Buch beitragen. Die hier versammelten Autoren nähern sich dabei der Fragestellung von unterschiedlichen Seiten. Im ersten Abschnitt liegt der Fokus auf den theoretischen Erklärungen, im zweiten werden dann verschiedene Spielergruppen identifiziert und analysiert. Im dritten Teil geht es schließlich um die Präferenzen für bestimmte Computerspielgenres und um spezifische Spielweisen.

Computerspiele sind allerdings nicht nur für ganz unterschiedliche Spielergruppen attraktiv – sie sind auch für verschiedene Wissenschaftsdisziplinen (vgl. Klimmt in diesem Band) ein faszinierender Untersuchungsgegenstand. Die Kommunikationswissenschaft gehört zu den Disziplinen, die sich in den letzten Jahren – nach anfänglichem Zögern – verstärkt mit Computerspielen beschäftigt haben. Doch warum setzen sich Kommunikationswissenschaftler mit diesem Untersuchungsgegenstand überhaupt auseinander? Ist es wirklich sinnvoll, die Nutzung von Computerspielen zum Thema der Kommunikationswissenschaft zu machen – einer Disziplin, die sich vor allem der öffentlichen Kommunikation verschrieben hat (DGPK 2001)? Lässt man sich von einer „Technikfaszination anstecken“, die verschleiern, dass man sich eigentlich nur mit Phänomenen auseinandersetzt, die man schon von „Brettspielen“ und „Spielhallen“ kennt, die aber gar nicht von kommunikationswissenschaftlichem Interesse sind und die man „in wenigen Jahren [...] banal“ finden wird (Brosius 2003, 47)?

Um diese Fragen zu beantworten, muss zunächst geklärt werden, ob die Nutzung von Computerspielen überhaupt etwas mit gesellschaftlich relevanter Kommunikation zu tun hat. Versteht man Kommunikation in Anlehnung an die grundlegende Definition von Weber als jene Form des sozialen Handelns, welches vom Handelnden mittels *Symbolen* sinnhaft auf das Verhalten anderer bezogen wird und sich an diesem Verhalten orientiert, dann lässt sich die Fragestellung konkretisieren und ausdifferenzieren. Drei Fragen sind zu beantworten:

- *Wer kommuniziert mit den Spielern?*
- *Handeln die Computerspieler mittels Symbolen, und um welche Symbole handelt es sich?*
- *Mit wem kommunizieren die Nutzer eines Computerspiels?*

Diese Fragen sollen im Folgenden zunächst beantwortet werden (Abschnitt 2), bevor auf dieser Basis ein heuristisches Modell des Computerspielens aus der Nutzungsperspektive entworfen wird (Abschnitt 3).

2 Computerspielen als kommunikatives Handeln

2.1 Wer kommuniziert mit den Spielern?

Die erste der oben genannten Fragen ist auf verschiedenen Ebenen zu beantworten, denn Computerspiele sind einerseits massenmediale Angebote, andererseits kann es sich bei ihnen aber auch um Plattformen zur Realisation interpersonaler Kommunikation handeln. Dass Computerspiele – bedingt durch ihr Interaktionspotenzial – sogar als eine ganz neue Form medienvermittelter Kommunikation verstanden werden können, die Alltagsleben und Identitätsprozesse stark beeinflusst, wird z.B. von Krotz in diesem Band diskutiert.

An dieser Stelle wollen wir uns zunächst auf den massenmedialen Aspekt konzentrieren, denn bei Computerspielen handelt es sich zuvorderst um massenmediale Angebote, weil hier wenige Kommunikatoren mit vielen Empfängern kommunizieren. Wie die Produzenten eines Kinofilms sind auch die Produzenten von Computerspielen als Kommunikatoren zu begreifen, die bei der Entwicklung des jeweiligen Angebots mit Hilfe von Symbolen – insbesondere grafischen Symbolen – Bedeutung herstellen. Sie beziehen sich bei der Entwicklung des Spiels auf den angestrebten und zu erwartenden Umgang der Spieler mit dem Medienangebot.

2.2 Handeln die Computerspieler mittels Symbolen, und um welche Symbole handelt es sich?

Die zweite Frage ist schwieriger zu beantworten. Die Nutzer des Spiels interpretieren die von den Entwicklern durch den Zeichengebrauch in die Kommunikationsangebote eingeschriebenen Bedeutungen und reagieren darauf im Spiel. Das tun sie, indem sie selbst Symbole generieren oder – wesentlich häufiger – indem sie aus einer Palette der vom Spielentwickler angebotenen Zeichen die aus ihrer Sicht geeigneten auswählen. Wenn beispielsweise in einer Simulationssoftware dem Spieler angezeigt wird, dass die Bewohner seiner virtuellen Stadt mit den ‚Lebensbedingungen‘ in dieser Stadt unzufrieden sind, dann hat der Spieler üblicherweise verschiedene Optionen, darauf zu reagieren: Er kann die Steuern senken, mehr Grünflächen bauen oder die Sicherheit durch mehr Polizei erhöhen. Er kann aber auch die Lebensbedingungen weiter verschlechtern, um Unruhen der Bürger zu provozieren.

All dies geschieht durch die Auswahl und Manipulation von Symbolen. Von diesen kommunikativen Handlungen und Reaktionen der Spieler erfährt der Spielentwickler

(Kommunikator) allerdings häufig wenig, was ihn aber nicht vom Produzenten eines Films oder den Machern irgendeines anderen massenmedialen Angebots unterscheidet. Denn Filmproduzenten oder Zeitungsmacher wissen oft wenig oder nichts von den unmittelbaren tatsächlichen Reaktionen der Nutzer. Vor allem bei Computerspielen im Singleplayermodus ist die Kommunikation der Spieler, die durch den Rückkanal den Entwickler erreichen kann, nur schwach ausgeprägt und beschränkt sich auf wenige, häufig ambivalente Verhaltensindikatoren (insbesondere das Kaufverhalten) und eingeschränkte Reaktionsmöglichkeiten (z.B. Brief/Emails an den Hersteller).

Wenn es sich allerdings um ein Online-Computerspiel handelt, ist das Potenzial des Rückkanals wesentlich größer. Vor allem ist eine deutlich breitere Palette an Nutzerhandlungen (Nutzungsdauer, Nutzungsaktivitäten) für die Kommunikatoren beobachtbar und interpretierbar. Andere Formen des Feedbacks (Email, Chat) sind insofern einfacher, als sie ohne Medienbruch vollzogen werden können. Betrachtet man Computerspiele also als massenmediale Angebote, dann entsprechen die Handlungsweisen von Machern und Nutzern zweifellos denen, die bei traditionellen Massenmedien zu beobachten sind.

Um von massenmedialer Kommunikation im oben genannten Sinne sprechen zu können, ist es übrigens nicht notwendig, dass die vom User verwendeten Symbole vom Kommunikator wahrgenommen werden (können). Es genügt, wenn der Nutzer (Spieler) so handelt, als ob die medialen Darstellungen ein reales soziales Gegenüber wären. In diesem Fall kann man von parasozialen Handlungen sprechen. Solche parasozialen Kommunikationshandlungen sind bei Computerspielen noch wahrscheinlicher als bei klassischen massenmedialen Angeboten. Einen Gegner ‚schonen‘ oder sich an ihm ‚rächen‘, die Spielfiguren ‚anschreien‘ oder sie ‚loben‘, all dies sind Beispiele für solche kommunikativen Aktionen.

2.3 Mit wem kommuniziert der Nutzer eines Computerspiels?

Computerspieler kommunizieren also, ähnlich wie die Nutzer eines ‚traditionellen‘ Massenmediums. Wenn ein Computerspiel von mehreren Gamern genutzt wird – und dazu ist nicht einmal ein Multiplayermodus notwendig – dann handelt es sich beim Computerspiel zudem um ein Medium der interpersonalen Kommunikation. Wenn beispielsweise ein Spieler A bei einem (rundenbasierten) Strategiespiel mit Hilfe der im Spiel vorhandenen Symbole (Text, Figuren, etc.) eine Spielhandlung vollführt, dann bezieht diese Handlung sich auf das vorherige und/oder zu erwartende Handeln des Gegenspielers B. Der Spieler B wird sich anschließend – ebenfalls mit Hilfe von Symbolen – auf die von Spieler A realisierten Handlungen beziehen und damit erneut kommunikativ handeln. Viele Onlinespiele bieten darüber hinaus die Möglichkeit unmittelbarer sprachbasierter Kommunikation per Chat oder VoIP (Voice over IP). Das Computerspiel wird damit sogar zu einem multimedialen, vielkanaligen Medienangebot der interpersonalen Kommunikation.

2.4 Computerspielen als öffentliche und öffentlichkeitsrelevante Kommunikation

Fasst man die obigen Antworten auf die Fragen nach dem kommunikativen Charakter des Computerspielens zusammen, so kann man konstatieren: Die Computerspieler kommunizieren – wenn man die Spiele als Massenmedien betrachtet – mit den Anbietern, und sie

kommunizieren – wenn man sie als Individualmedien betrachtet – miteinander. Die Symbole, die dabei verwendet werden, umfassen dabei potenziell das gesamte Repertoire verfügbarer Symbole. Dazu gehören Schriftzeichen ebenso wie Ikonen, Bilder und Emoticons, aber auch Töne bzw. gesprochene Sprache und mittlerweile auch symbolische Bewegungen bei der *Wii*-Konsole. Bei der Produktion, Verbreitung und Nutzung von Computerspielen handelt es sich also zweifellos um Kommunikationsprozesse. Zudem erfolgen die kommunikativen Aktivitäten der Spieleanbieter öffentlich und sie erfahren zum Teil auch große Aufmerksamkeit – man denke nur an die öffentlichen Debatten über ‚Killerspiele‘. Da schließlich sogar die Nutzung teilweise in einer spezifischen Form des öffentlichen Raums erfolgt (in Computernetzwerken), handelt es sich bei der Erforschung von Computerspielkommunikation zweifellos um einen zentralen Bereich der Kommunikationswissenschaft, denn nach eigenem Verständnis steht die indirekte, durch Massenmedien vermittelte ‚öffentliche Kommunikation‘ im Zentrum des Fachs (DGPK 2001).

Die Beschäftigung mit Computerspielen ist also durchaus ein originäres Forschungsfeld der Kommunikationswissenschaft, aber handelt es sich dabei auch um ein wichtiges Feld? Die Relevanz eines wissenschaftlichen Gegenstandes lässt sich auf unterschiedliche Weise begründen: Die ökonomische Bedeutung, die große Verbreitung, schwerwiegende gesellschaftliche Auswirkungen, der praktische Nutzen sind denkbare Relevanzkriterien. Für die Beschäftigung mit Computerspielen und speziell für die Beschäftigung mit der Nutzung von Computerspielen werden einige dieser Gründe immer wieder genannt: Die Tatsache, dass die Computerspielindustrie mittlerweile mehr Geld umsetzt als die Kinobranche, dass insbesondere viele Jugendliche erhebliche Teile ihrer Freizeit mit Computerspielen verbringen sowie die befürchteten negativen Auswirkungen auf schulische Leistungen und das soziale Verhalten gehören zu den vielfach genannten Begründungen.

Ungeachtet dieser gesellschaftlichen Relevanzkriterien ist die Erforschung des Umgangs mit Computerspielen aber auch aus rein wissenschaftlicher Perspektive ein – sowohl in theoretischer als auch in methodischer Hinsicht – vielversprechendes Thema. Die oben umrissenen unterschiedlichen Varianten von Kommunikation, die bei der Nutzung von Computerspielen auftreten (können), machen Computerspiele zu einem komplexen und anspruchsvollen Untersuchungsgegenstand und stellen die Kommunikationswissenschaft vor neue Herausforderungen. Nicht nur die tendenzielle Auflösung traditioneller Trennlinien zwischen Massen- und Individualkommunikation, sondern auch die Multimedialität und die Interaktivität machen Computerspiele zu einem strategischen Forschungsobjekt, das es uns ermöglicht, einen Blick in die Zukunft der Kommunikationsgesellschaft zu werfen. Die dafür notwendigen methodischen Weiterentwicklungen, die theoretischen Innovationen und die in diesem Feld erzielten empirischen Forschungsergebnisse können für das, was uns auch in anderen Bereichen einer digitalen Medienzukunft erwartet, von geradezu paradigmatischer Bedeutung sein. Am Beispiel der Diskussion über die zunehmende Bedeutung von User Generated Content, zuletzt im Zusammenhang mit Web 2.0-Technologien geführt – lässt sich aufzeigen, dass bestimmte Gemeinschaften von Computerspielern in diesem Bereich als Zukunftswerkstätten begriffen werden können. Einen Einblick in eine solche Werkstatt gewährt zum Beispiel Behr in diesem Band, wenn sie die Mod-Szene eingehender analysiert.