

Statistiken zur Nutzung & zum Wirtschaftsfaktor von digitalen Videospielen

www.statista.com/statistics/201093/revenue-of-the-us-video-game-industry/

www.boxofficemojo.com/yearly/

www.forbes.com/sites/johngaudiosi/2012/07/11/riot-games-league-of-legends-officially-becomes-most-played-pc-game-in-the-world/

www.socialnomics.net/2012/01/20/social-gaming-infographic-81-million-play-each-day-morestats/ (01.07.2014)

Games in Motion Mobile Spiele im Alltag

Claudia Streußnig, Matthias Wieser und Rainer Winter

Digitale Spiele sind mittlerweile ein aus dem Alltag nicht mehr wegzudenkendes Phänomen. Dass die Spielindustrie eine der wichtigsten und umsatzstärksten Industrien der Welt ist,¹ ist ein Indikator dafür, dass digitales Spielen (mittlerweile) eine weitläufig akzeptierte und anerkannte kulturelle Praxis ist. Diese Praxis wird aber nicht nur in Zahlen der Spielindustrie, sondern ebenso im Umgang mit diesem Thema im öffentlichen Diskurs sichtbar. Computerspiele werden längst nicht mehr als ‚verdummender, dick machender und Aggressionen fördernder‘ Zeitvertreib von Kindern und Jugendlichen gesehen. Die Potentiale von Spielen rücken in den Vordergrund, und medien- und kommunikationswissenschaftliche Untersuchungen wenden sich Themen wie Spiel-Mentalitäten, Interaktivität und Gemeinschaftsbildung in Spielen, Spielen als sportliche Aktivität, Kulturtechnik und Lernmedium zu.² Das Klischee der ‚typischen‘ Computerspieler – männliche Jugendliche und junge Erwachsene, die im abgedunkelten Raum über lange Zeiträume allein vor dem Computer sitzen und sich in virtuellen Spielwelten verlieren – ist längst überholt. Spielen avanciert immer mehr zu einer gesellschaftlich akzeptierten Aktivität.

Einen wichtigen Beitrag zu dieser Entwicklung haben nicht zuletzt mobile Spiele geleistet. Sie haben das Spielen sichtbar gemacht, im öffentlichen Raum verankert und digitalen Spielen einen festen Platz in der Alltagskultur eingeräumt, so dass digitale Spiele heutzutage sicher „more popular culture than most popular culture“ sind (Nieborg & Hermes 2008: 143). Der Aktualität und Relevanz von mobilen Spielen zum Trotz werden sie in wissenschaftlichen Auseinandersetzungen noch eher randständig diskutiert.

Im Folgenden wird zunächst ein kurzer Überblick über den Forschungsstand zu mobilen Spielen gegeben, anschließend das Mobiltelefon als Spielplattform näher betrachtet und abschließend zentrale Aspekte von mobilen Spielen aus medien- und kommunikationswissenschaftlicher Sicht diskutiert.

Mobile Spiele

Im Vergleich zu Forschungen und Studien über digitale Videospiele stehen Diskussionen über mobile Spiele erst in ihren Anfängen. Dies verwundert kaum, wenn man bedenkt, dass erst mit der Weiterentwicklung von Mo-

biltelefonen zu Smartphones mobile Spiele aus ihrem ‚Schattendasein‘ getreten sind. Unter mobilen Spielen werden jene Spiele verstanden, die auf mobilen Endgeräten wie Mobiltelefonen, Smartphones und iPhones sowie Tablets und iPads gespielt werden. Tragbare Spielkonsolen wie *GameBoy*, *Nintendo 3DS*, *Playstation Vita* u.ä. haben selbstverständlich schon vor langer Zeit Einzug in die Spielgemeinschaften gefunden und haben zweifelsohne den Grundstein für die Praxis mobilen Spielens in unserem Sinne gelegt. Zu der flächendeckenden Verbreitung haben jedoch grundlegend die sogenannten Handyspiele beigetragen.

Besonders zwei Arten von mobilen Spielen sind typisch und finden zunehmend wissenschaftliche Aufmerksamkeit: (Mobile) Casual Games und Pervasive oder Location-based Games³. Unter *Pervasive Games* (‚durchdringende Spiele‘) werden jene Art von Spielen verstanden, die Elemente in der Spielwelt mit jenen der physischen Welt verknüpfen. Die Bewegung im physischen Raum ist ein zentrales Element, Spielende müssen sich beispielsweise an existierende Orte in einer Stadt bewegen, um virtuelle Spielaufträge erfüllen zu können (vgl. Paavilainen et al. 2009: 1). Sie definieren sich durch „the intersection of phenomena such as city culture, mobile technology, network communication, reality fiction, and performing arts, combining bits and pieces from various contexts to produce new play experiences“ (Montola 2009: 7). Als Beispiele dafür können Spiele wie *BOTFIGHTERS*, *RUN AN EMPIRE*, *GEOCACHING* und *INGRESS* genannt werden. Diskutiert werden diese Spiele vornehmlich im Hinblick auf Fragen nach hybriden Realitäten, Mobilität und Raum, die Technologisierung des Alltags und die Sozialität von mobilen Geräten (vgl. de Souza e Silva 2009; Farman 2012; Montola et al. 2009). Spielen wird dabei zu einem Element, welches sich mit anderen Praktiken wie Informieren, Kommunizieren und Konsumieren vermischt.⁴ Wir fokussieren unsere weiteren Überlegungen jedoch weniger auf diese Weiterentwicklung von mobilen Spielen, die erst mit dem Aufkommen der Smartphones und der damit einhergehenden GPS-unterstützten Technologie umsetzbar wurde, sondern konzentrieren uns auf die weniger ‚smarten‘ Anfänge, in denen wir die Verankerung von digitalen Spielen im öffentlichen Raum sehen: Mobile Casual Games⁵.

Mobile Casual Games

Casual Games sind jene Spiele, die für eine möglichst breite Öffentlichkeit entwickelt werden und jederzeit und überall spielbar sind (vgl. Mäyrä 2009: 6). Sie lösen die Grenzen zwischen ‚Spielern‘ und ‚Nicht-Spielern‘ auf, indem sie durch leichte Zugänglichkeit, geringe Anforderungen an Fertigkeiten von SpielerInnen, aber auch an die Hardware sowie geringe Investition von Zeit und Geld Menschen zunehmend zum Spielen motivieren.⁶ Kennzeichnend für Casual Games sind nach Jesper Juul (2010) die für Casual Gamer positiv und ansprechend verlaufende

Geschichte (*fiction*); die jederzeit mögliche Unterbrechung des Spiels (*interruptibility*); die leichte Erlernbarkeit der Spiele, die dennoch schwer zu meistern sind (*difficulty*); sowie die *juiciness*, die ein Spiel durch positives Feedback und ein Belohnungssystem für erreichte Ziele, aber auch durch ein Bestrafungssystem für Fehler (*punishment*), bekommt.

Mobile Spiele *können*, müssen aber nicht zwingend Casual Games sein, da Casual Games nicht die Plattform, sondern ein Spielprinzip bezeichnet, das sich v.a. durch Einfachheit definiert. Das simple Spielprinzip konnte bereits auf den ersten marktgängigen Mobiltelefonen umgesetzt werden, so dass Mobiltelefone bereits von Anfang an auch als Spielplattform genutzt wurden. Mobiltelefone haben nicht nur Telekommunikation aus privaten Räumen in den öffentlichen Raum überführt (vgl. Burkart 2007), sondern auch nebenbei Spiele zu einem festen Bestandteil der öffentlichen Telekommunikation gemacht.⁷ Bereits die Nokia-Mobiltelefone der 1990er Jahre hatten beispielsweise den Computerspielklassiker *Snake* vorinstalliert. Spielen am Handy ist die typische Nebenbei-Beschäftigung, um kurze oder längere Zeitspannen zu überbrücken: Während man auf den Bus wartet, Arbeitspausen macht, zur Ablenkung, wenn man sich anstellen muss oder in Wartezimmern sitzt (vgl. Hjorth und Richardson 2010). Dadurch sind Casual Games geradzuprädestiniert, auf mobilen Geräten gespielt zu werden. Mit dem flächendeckenden Aufkommen von Smartphones, die bessere Grafik und Sound, mehr Prozessorleistung und größere Bildschirme bereitstellen, hat sich das Repertoire an mobilen Spielen erweitert. Durch die Einführung des Multiplayer-Modus wird das Potential von Mobiltelefonen als Spielplattformen und Casual Gamern als Zielgruppe noch weiter ausgeschöpft. Darüber hinaus sind neue Steuerungselemente verankert und in den Spielmechaniken von mobilen Spielen implementiert worden: über den Bildschirm streichen, das Telefon schütteln, auf den Bildschirm tippen und natürlich die Bewegung im öffentlichen Raum. Besonders beliebte mobile Casual Games sind derzeit *QUIZ DUELL*, *CANDY CRUSH SAGA*, *ANGRY BIRDS*, *CLASH OF CLANS* und *Temple Run*. Sie bilden noch den Großteil der mobilen Spiele, sowohl in Anzahl als auch Beliebtheit, obwohl das Interesse an Pervasive Games steigt. Interessanterweise sprechen mobile Casual Games ein breites Publikum an: beide Geschlechter, unterschiedliche Altersklassen und Bildungsgrade (vgl. Brodersen 2014). Umso weniger erstaunt es, dass im deutschsprachigen Raum das Mobiltelefon laut der aktuellen Bitkom-Studie inzwischen die beliebteste Gaming-Plattform ist.⁸

Forschungsaspekte mobiler Casual Games

Für eine medien- und kommunikationswissenschaftliche Untersuchung von mobilen Casual Games erscheinen uns vor allem die folgenden Aspekte besonders interessant: ihre alltägliche Öffentlichkeit und flexible Zeitlichkeit sowie ihre Intermedialität und Interobjektivität.

Mobile Spiele sind von einer festgelegten Spielumgebung entkoppelt – sie können überall dort gespielt werden, wo das Mobiltelefon funktioniert. Sie durchdringen nahezu alle Räume des alltäglichen Lebens und können überall gespielt werden: in Kindergärten, Schulen, Universitäten, am Arbeitsplatz, während diverser Wartezeiten, sogar während Mittags- oder Kaffeepausen. Jedes mobile Spiel durchdringt in einem gewissen Sinne das Alltagsleben, nicht nur Pervasive Games, wenngleich dies bei diesen im Spielprinzip selbst verankert ist. Mobile Spiele sind Teil des Alltagslebens, da sie täglich mit dabei sind und auch genutzt werden.

Digitale Spiele waren für lange Zeit aufgrund der Plattformen an die häusliche Umgebung gebunden (PC, Konsole und Fernsehapparat) oder an öffentliche Räume, die zum Zweck des Spielens wie Automatenhallen oder Internetcafés aufgesucht wurden. Nun werden Spiele zum Teil des öffentlichen Raumes; sie haben in Bussen, Restaurants, auf der Straße oder in Wartezimmern einen festen Platz. Ähnlich wie der Walkman in den 1980er Jahren (vgl. du Gay et al. 1997) werden durch mobile Spiele interpersonale Face-to-face-Interaktionen reduziert bei gleichzeitiger Anwesenheit in einem gemeinsamen Raum. Ein paradoxer Unterschied zwischen dem Walkman und den mobilen Spielen ist, dass mobile Spiele dennoch eine hohe soziale Komponente haben, die soziale Gemeinschaft jedoch körperlich abwesend und meist anonym ist. Dies trifft vor allem auf Multiplayer-Spiele zu, aber auch auf jene mobilen Spiele, die in soziale Netzwerke wie *Facebook*, *Google+* oder *Instagram* eingebettet sind. Öffentliche Räume werden durch mobile Spiele gewissermaßen gamifiziert und neu ausverhandelt.⁹ Neben dieser Ausverhandlung zwischen privaten und öffentlichen (Spiel-)Räumen sind zeitliche Komponenten bei mobilen Spielen von wesentlicher Bedeutung. Mobile Spiele sind jederzeit spielbar, und häufig lässt die Spielmechanik einen schnellen Ein- und Ausstieg vom Spiel zu, Unterbrechungen sind einkalkuliert und kurze, schnelle Spielzüge möglich. Dies führt gleichzeitig zu einer Verschiebung der Fokussierung im Spiel. Bei klassischen digitalen Spielen ist es nötig, einen gewissen Zeitraum einzuplanen, in dem man sich konzentriert dem Spiel widmet. Das mobile Spielen kann ‚nebenbei‘ passieren, ohne großen zeitlichen Aufwand. Die räumliche Flexibilität von Spielen wird um eine zeitliche Flexibilität erweitert.

Computerspiele zeichnen sich durch einen hohen Grad an Intermedialität aus (vgl. Backe 2008: 131). So werden beispielsweise aus Spielen Filme (z.B. *ASSASSINS CREED*), Filme dienen als Vorlage für Spiele (*STAR WARS*), analoge Spiele werden in digitale Welten eingebettet (*DAS SCHWARZE AUGE*) und digitale Spiele werden analogisiert (*ANGRY BIRDS* als Brettspiel). Mobile Plattformen werden häufig dazu genutzt, bekannte PC- oder Konsolenspiele soweit anzupassen, dass sie ohne Maus oder Tastatur spielbar sind (z.B. *MINECRAFT*) oder als Zusatz zum eigentlich Spiel dienen wie z.B. bei *GTA*, wo man am Mobiltelefon Zusatzaufgaben lö-

sen kann, die für Konsole oder PC Gültigkeit haben. Somit lässt sich bei mobilen Spielen auch Medienkonvergenz im Sinne von Jenkins (2006: 3) als „flow of content across multiple media platforms“ feststellen. Dies macht auch insbesondere die Verknüpfung von mobilen Spielen mit sozialen Netzwerken deutlich, die bei ihnen deutlich stärker vorhanden ist als bei digitalen Videospiele. In vielen mobilen Spielen ist diese Verknüpfung sogar in der Spielmechanik vorgegeben und für den Spielfortschritt zwingend notwendig, so dass man nicht immer von einer freiwilligen Kommunikation über das Spiel sprechen kann. Mit diesem Phänomen direkt in Verbindung steht das, was man mit Latour (2001) als Interobjektivität bezeichnen könnte. In allen (Computer-)Spielen gibt es unterschiedliche Ebenen der Interaktion: Interaktion *im* Spiel (Wie interagieren Spieler untereinander innerhalb des Spiels?), Interaktion über das Spiel (Welche Formen des interaktiven Umgangs über ein Spiel gibt es abseits des Spiels?) und Interaktion *mit* dem Spiel (Wie interagieren Spieler mit dem Inhalt des Spiels?). Bei mobilen Spielen, vor allem jenen, die in soziale Netzwerke eingebettet sind, lässt sich noch eine weitere Form der Interaktion beobachten: die Interaktion *vom* Spiel. Das ist die Interaktion oder auch Kommunikation des Spiels, die gewissermaßen ohne Zutun des Spielenden geschieht. Das Spiel interagiert im Namen des Spielenden automatisch mit den sozialen Netzwerken (bzw. allen Kontakten in den Kontaktlisten), indem es Spielfortschritte verbreitet, von Errungenschaften berichtet, um Hilfestellung bittet und Kontakte einlädt, selbst am Spiel teilzunehmen. Dadurch wird die aktive Rolle des Spiels beim Formen von sozialen Beziehungen besonders deutlich. Die Software positioniert die Spielenden und formt die Gemeinschaft – „Taxonomische Kollektive“ wie sie Josef Wehner (2008) in Anlehnung an Ian Ang und in Bezug zum „Social Web“ bezeichnet.

Diese vier Aspekte erscheinen uns besonders interessant an einer weitergehenden Erforschung mobiler Spiele, welche wir im Rahmen eines interdisziplinären Projekts durchführen werden.¹⁰

Die Omnipräsenz mobiler Spiele im öffentlichen Raum und ihre gesellschaftliche Akzeptanz stellen die Computerspielforschung vor neue Herausforderungen, welche wir ansatzweise hier skizzieren konnten. Insbesondere Casual Games haben mit dem Aufkommen von Mobiltelefonen als Spielplattformen einen Aufschwung erhalten und verdienen (erneuerte) wissenschaftliche Aufmerksamkeit, denn sie bilden den Großteil der Spiele im mobilen Alltag der Gegenwart. Darüber hinaus sind natürlich auch neuere Spielformen wie die Pervasive bzw. Location-based Games von Interesse, die sich aufgrund des Siegeszugs des Smartphones immer größerer Verbreitung erfreuen. Spätestens damit sind mobile Spiele weder aus dem Alltag noch aus dem wissenschaftlichen Diskurs wegzudenken.

Literatur

- Backe, Hans-Joachim (2008). *Strukturen und Funktionen des Erzählens im Computerspiel. Eine typologische Einführung*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Beil, B. (2013). *Game Studies. Eine Einführung*. Berlin: Lit Verlag.
- Brodersen, B. (2014). *Smartphone ist beliebteste Gaming-Plattform*. Zugriff am 19.08.2014. Verfügbar unter: www.reamobile.de/news/28189-gamescom-2014-smartphone-ist-beliebteste-gaming-plattform
- Burkart, G. (2007). *Handymanía. Wie das Mobiltelefon unser Leben verändert hat*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Buschauer, R. (2010). *Mobile Räume. Medien- und diskursgeschichtliche Studien zur Tele-Kommunikation*. Bielefeld: transcript.
- Castells, M. (2009). *Mobile communication and society. A global perspective*. Cambridge: MIT Press.
- de Souza e Silva, A. (2009). Hybrid Reality and Location-Based Gaming: Redefining Mobility and Game Spaces in Urban Environments. In: *Simulation & Gaming*, 40 (3), 404-424.
- de Souza e Silva, A. & Frith, J. (2012). *Mobile interfaces in public spaces. Locational Privacy, Control, and Urban Sociability*. New York et al.: Routledge.
- de Souza e Silva, A. & Sutko, D. M. (Hrsg.) (2009). *Digital Cityscapes. Merging digital and urban playspaces*. Frankfurt am Main et al.: Peter Lang.
- Dovey, J. & Kennedy, H. W. (2006). *Game cultures. Computer games as new media*. Maidenhead et al.: Open University Press.
- du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H. & Negus, K. (1997). *Doing cultural studies. The story of the Sony Walkman*. London et al.: SAGE.
- Farman, J. (2012). *Mobile interface theory. Embodied space and locative media*. New York: Routledge.
- Freyermuth, G.S., Gotto, L. & Wallenfels, F. (Hrsg.) (2013). *Serious Games, Exergames, Exerlearning. Zur Transmedialisierung und Gamification des Wissenstransfers*. Bielefeld: transcript.
- Ganguin, S. & Hoffmann, B. (Hrsg.) (2010). *Digitale Spielkultur*. München: Kopaed.
- Goggin, G. (2006). *Cell phone culture. Mobile technology in everyday life*. London: Routledge.
- Goggin, G. & Hjorth, L. (2009). *Mobile technologies. From telecommunications to media*. New York: Routledge.
- Hjorth, L. (2008). *Mobile media in the Asia Pacific. The art of being mobile*. London: Routledge.
- Hjorth, L. & Richardson, I. (2010). Playing the waiting game: complicated notions of (tele)presence and gendered distraction in casual mobi-

- le gaming. In H. Greif, L. Hjorth, A. Lasén & C. Lobet-Maris (Hrsg.), *Cultures of Participation: Media Practices, Politics and Literacy* (S. 111-125). Frankfurt am Main et al.: Peter Lang.
- Hjorth, L., Burgess, J. & Richardson, I. (Hrsg.) (2012). *Studying mobile media. Cultural technologies, mobile communication, and the iPhone*. New York: Routledge.
- Holtorf, C. & Pias, C. (Hrsg.) (2007). *Escape! Computerspiele als Kulturtechnik*. Köln: Böhlau.
- Höflich, J. R., Kircher, G. F., Linke, C. & Schlote, I. (2010). *Mobile media and the change of everyday life*. Frankfurt am Main et al.: Peter Lang.
- Höflich, J. R. (2011). *Mobile Kommunikation im Kontext. Studien zur Nutzung des Mobiltelefons im öffentlichen Raum*. Frankfurt am Main et al.: Peter Lang.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture. Where old and new media collide: updated and with a new afterword*. New York: New York University Press.
- Juul, J. (2010). *A Casual Revolution. Reinventing Video Games and Their Players*. Cambridge: MIT Press.
- Kallio, K.P., Mäyrä, F. & Kaipainen, K. (2011): At least nine ways to play: approaching gamer mentalities. In: *Games & Culture*, 6 (4), 327-353.
- Latour, B. (2001). Eine Soziologie ohne Objekt. Anmerkungen zur Interobjektivität. In: *Berliner Journal für Soziologie* 2, 237-252.
- Ling, R. S. & Donner, J. (2009). *Mobile communication*. Cambridge: Polity.
- Ling, R. S. & Pedersen, P. E. (2005). *Mobile communications. Re-negotiation of the social sphere*. London: Springer.
- Mäyrä, F. (2008). *An introduction to game studies. Games in culture*. London et al.: SAGE.
- Montola, M. (2009). Games and Pervasive Games. In M. Montola, J. Stenros & A. Wærn (Hrsg.), *Pervasive games. Theory and design* (S. 7-23). Burlington: Morgan Kaufmann Publishers.
- Montola, M., Stenros, J. & Wærn, A. (Hrsg.) (2009). *Pervasive games. Theory and design*. Burlington: Morgan Kaufmann Publishers.
- Müller-Lietzkow, J. (2013). Wie viel Sport steckt wirklich in digitalen Spielen? Entwurf einer Taxonomie. In: G. S. Freyermuth, L. Gotto & F. Wallenfels (Hrsg.): *Serious Games, Exergames, Exerlearning. Zur Transmedialisierung und Gamification des Wissenstransfers* (S. 289-322). Bielefeld: transcript.
- Nieborg, D. B. & Hermes, J. (2008). What is game studies anyway? *European Journal of Cultural Studies*, 11 (2), 131-146.
- Paavilainen, J., Kultima, A., Kuittinen, J., Mäyrä, F., Saarenpää, H. & Niemelä, J. (2009). *GameSpace. Methods for Design and Evaluation for Casual Mobile Multiplayer Games*. Tampere: Department of Information Studies and Interactive Media.

- Sarwar, M. & Soomro, T. R. (2013). Impact of Smartphones's on Society. *European Journal of Scientific Research*, 98 (2), 216–226.
- Stampfl, N. (2012): *Die verspielte Gesellschaft. Gamification oder das Leben im Zeitalter des Computerspiels*. Hannover: Heise.
- Thompson, J. C. & Ouellette, M.A. (2013). *The Game Culture Reader*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Wehner, J. (2008). ‚Taxonomische Kollektive‘ – Zur Vermessung des Internets. In: H. Willems (Hrsg.). *Weltweite Welten. Internet-Figurationen aus wissenssoziologischer Perspektive* (S. 363–382). Wiesbaden: VS Springer.

Endnotes

- 1 Müller-Lietzkow (2013: 39) spricht von einem globalen Umsatz von 65 Mrd. US-\$.
- 2 Eine Einführung in das inzwischen breite Feld der Game Studies und einen Überblick in aktuelle Diskussionen bieten z.B. Beil (2013); Dovey/Kennedy (2006); Freyermuth et al. (2013); Ganguin/Hoffmann (2010); Holtorf/Pias (2007); Mäyrä (2008) und Thompson/Ouellette (2013).
- 3 Häufig werden die Begriffe Pervasive und Location-based Games synonym verwendet. De Souza e Silva und Sutko (2009: 3-4) hingegen kategorisieren diese Art von Spielen differenzierter in *Pervasive Games* (Spiele ohne fixe Spielzeit und abgegrenztem Spielort), *Urban Games* (Spiele im städtischen Raum, die nicht zwingend Pervasive Games sein müssen), *Location-based Mobile Games* (Spiele, die zwingend ein GPS benötigen, um Mitspielende zu sehen und mit ihnen in Interaktion treten zu können) und *Hybrid Reality Games* (Spiele, die keinen primären Spielort benötigen, sondern simultan in physischen, digitalen und vertretenden/*represented* Räumen gespielt werden).
- 4 *Fourth square* ist ein Beispiel für dieses Vermischen von Praktiken. Die Spielelemente wurden im Laufe der Entwicklung jedoch zurückgenommen und teilweise ausgelagert, und *Fourth square* wurde primär zu einer Informations- und Empfehlungsseite.
- 5 Natürlich liegt zwischen den *Casual Mobile Games* und den *Pervasive Mobile Games* eine breite Spannweite und viele Graubereiche, die nicht eindeutig zugeordnet werden können (vgl. Hjorth 2008: 789).
- 6 Laut *Casual Game Association* spielen mehr als 200 Millionen Menschen Casual Games, und im Jahr 2009 beliefen sich die Einnahmen der Casual Games-Industrie auf über 3 Milliarden Dollar, was aufgrund des häufig kostenfreien Zugangs zu Casual Games beeindruckend ist. (vgl. www.casualgamesassociation.org Stand: 22.07.2014).
- 7 Welchen Einfluss Mobiltelefone und in weiterer Folge Smartphones auf Kultur und Gesellschaft haben, wird inzwischen breit diskutiert. Vgl. hierzu z.B. Buschauer (2010); Castells (2009); de Souza e Silva und Frith (2012); Goggin (2006); Goggin und Hjorth (2009); Hjorth, Burgess und Richardson (2012); Höflich et al. (2010); Höflich (2011); Ling und Donner (2009); Ling und Pedersen (2005); Sarwar und Soomro (2013).
- 8 Vgl. www.bitkom.org/files/documents/BITKOM-Presseinfo_Mobile_Games_treiben_den_Spiele-Markt_06_08_2014.pdf, Zugriff am 19.08.2014
- 9 Zum Konzept der Gamification vgl. u.a. Stampfl (2012).
- 10 Dieser Beitrag ist im Rahmen des Projektes CROSMOS entstanden, welches unterstützt wird von der Lakeside Labs GmbH, Klagenfurt, Österreich, und gefördert vom European Regional Development Fund und dem Carinthian Economic Promotion Fund (KWF) unter Subvention 20214/25557/37319.

Spielwelt – Weltspiel

Narration, Interaktion und Kooperation
im Computerspiel

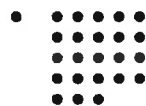
Clash of Realities 2014

herausgegeben von
Winfred Kaminski und Martin Lorber

kopaed (muenchen)
www.kopaed.de

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

Die Drucklegung dieses Buches wurde von der
Fachhochschule Köln unterstützt



Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences

ISBN 978-3-86736-235-1

Druck: Kessler Druck + Medien, Bobingen

© kopaed 2014

Pfälzer-Wald-Str. 64, 81539 München

Fon: 089. 688 900 98 Fax: 089. 689 19 12

e-mail: info@kopaed.de Internet: www.kopaed.de

Inhalt

Vorwort der Herausgeber 9

Grußwort 13
Prof. Dr. Seeßelberg, Präsident der Fachhochschule Köln

>> THEORIE UND EMPIRIE DIGITALER SPIELE

Ludification/Ludefaction 19
The Ambivalence of Contemporary Play and the Fracking
of the Radical Imaginary
Graeme Kirkpatrick

Vom Drama zum Game. 29
Elemente einer historischen Theorie audiovisuellen Erzählens
Gundolf S. Freyermuth

Design Harmony in (Serious) Games 39
David Farrell

**Children's and Adolescents' Learning in the Context
of Recreational Video Game Play** 51
Fran C. Blumberg

Welt-Spiele 61
Aspekte der Produktion, Distribution und Vermarktung von
nicht-westlichen Computerspielen
Stefan Werning

>> DIGITALE SPIELE ALS KULTURELLES FAKTUM

- Die gamifizierte Gesellschaft** 73
Wie Spielmechaniken beginnen, unseren Alltag zu bestimmen.
Alexander Pfeiffer und Thomas Wernbacher
- Games in Motion** 85
Mobile Spiele im Alltag
Claudia Streußnig, Matthias Wieser und Rainer Winter
- Wenn Spielen mehr ist** 95
Dominik Härig
- Kommt das Spiel in die Kultur zurück?** 105
Überlegungen zur kulturellen Bedeutung aktueller
Gamification-Tendenzen
Nina Grünberger

>> ZUR PÄDAGOGIK DIGITALEN SPIELENS

- Making It Personal** 117
Towards A Customized Experience For Impact Games.
Katharina Tillmanns
- Spielend über Menschenrechte lernen** 135
Serious Games für die Menschenrechtsbildung
Sonja Gabriel
- Crowd Control für die Gaming-Community:** 145
Formen der Begegnung mit unerwünschtem Verhalten
in MMOGs
Maike Groen und Arne Schröder
- Digital Streetworking** 153
Ethische Aspekte nicht-transparenter Lernintentionen bei
„aufsuchenden“ Lern- und Bildungsangeboten innerhalb
digitaler Spiele
Steffen Winny
- Zocken mit Sinn** 175
Angelika Beranek und Stephan Schölzel

- Minecraft.edu** 185
Erstellung von Lernszenarien mit Hilfe von Minecraft
Bericht über ein medienpädagogisches Projekt
Daniel Zils
- Adventure in 3D** 195
Selbstgemacht mit Unity
Martin Müllner
- Autorinnen und Autoren** 207