



Daniela Schlütz:

Bildschirmspiele und ihre Faszination. Zuwendungsmotive, Gratifikationen und Erleben interaktiver Medienangebote (Angewandte Medienforschung, Band 26). München 2002: Reinhard Fischer. 20,00 Euro, 213 Seiten.

Bildschirmspiele und ihre Faszination

Bei der Beschäftigung mit Computerspielen steht oft das Gewaltwirkungspotential einzelner Spiele oder Spielgenres im Vordergrund. Die Rezeption selbst wird dabei meist nicht berücksichtigt. Mit ihrer Studie zur Faszinationskraft von Bildschirmspielen liefert Daniela Schlütz einen Beitrag zur grundlegenden Erforschung dieses populären Mediums.

Aufbauend auf der Annahme, dass „Interaktivitätspotenzial“ und „spielerischer Charakter“ dabei Grundlage der Faszinationskraft sind, geht es der Autorin darum, im Detail aufzudecken, wie sich „Nutzen und Erleben interaktiver Bildschirmspiele“ für die Rezipienten gestalten. Denn erst auf Basis und durch Kenntnis von Rezeptionsprozessen lässt sich – so die Meinung der Autorin – den Fragen nach Effekt und Wirkung nachgehen (S. 9).

Indem Daniela Schlütz ein um die spielerische Medienhandlung erweitertes Modell des „Uses & Gratification“-Ansatzes entwickelt und in einer umfangreichen empirischen Studie anwendet, beleuchtet sie die Gründe und Aspekte, die für die Rezeption von Bildschirmspielen bedeutend sind. Wichtig als Ausgangspunkt der Untersuchungen ist die Verortung von Bildschirmspielen in der gesamten Medienlandschaft. So sind Computer- und Videospiele einerseits Spiele, die Merkmale des allgemeinen Spiels aufweisen, andererseits sind es Unterhaltungsmedien, die sich durch eine besondere Form der interaktiven Mediennutzung auszeichnen. Schlütz greift hier das von Janet H. Murray geprägte Konzept der „Agency“ auf, das

die Teilhabe der Rezipienten an und Einflussnahme auf das Geschehen bezeichnet. Durch das Erleben von „Agency“ wird das involvierte Gefühl der Immersion verstärkt und so ein intensiveres Medienerlebnis ermöglicht. Spiel ist damit als interaktive Mediennutzung beschrieben, das sich durch das spezifische Erleben von linearer Medienrezeption abgrenzen lässt. Den Differenzen, die sich somit bei der Mediennutzung ergeben müssten, trägt Schlütz Rechnung, indem sie in ihrer Studie nicht nur die Nutzung von Bildschirmspielen, sondern auch vergleichend Fernseh- und Internetnutzung untersucht. Ihre Ergebnisse zieht sie aus zwei voneinander unabhängigen Studien unter Verwendung der „Experience Sampling Method“ (ESM) mit 190 Befragten im Jahr 2000 und 140 Befragten im Jahr 2001. In einer vergleichenden Studie werden zunächst in einer standardisierten persönlichen Befragung Nutzungsgewohnheiten und Gratifikationserwartungen hinsichtlich Computerspielen, Fernsehen und Internet abgefragt und diese per ESM-Methode in einer zweiten Befragungswelle vertieft. Die zweite Studie aus dem Jahr 2001 ist ausschließlich auf Computerspiele fokussiert. Im Folgenden werden einige Resultate der Studie vorgestellt. Eine Befragung zu bevorzugten Spielen, Genres und Situationen ermöglichte die Erstellung einer Nutzertypologie, die auch für weiterführende Untersuchungen durchaus übertragbar scheint: Schlütz unterscheidet „Gelegenheitsspieler“, die das Bildschirmspiel zur Überbrückung von Leerzeit nutzen, „Actionorientierte Netzspieler“, für die der Wettbewerb und das ge-

meinsame Spiel im Vordergrund stehen und „ausdauernde Strategen“, die sich gerne und ausgiebig mit Denkspielen beschäftigen (S. 125ff.). Auch bezüglich der Rezeptionssituation konnten eindeutig zwei Situations-Typen klassifiziert werden, die seltenere „ausdauernde Teamspiel-Session“ und das häufigere „schnelle Solitärspiel“ (S. 127). Als auslösendes Moment zur Nutzung von Bildschirmspielen kommen sowohl „positive Situationskonstellationen“ wie vorhandene Mitspieler, neue Spielsoftware oder die pure Lust am Spielen in Frage, aber auch „negative Situationskonstellationen“ wie Langeweile, Alleinsein oder Mangel an Alternativen. Allerdings konnte aufgrund von zu unspezifischen Fragen kein aussagekräftiges Ergebnis hinsichtlich eines Problemverhaltens als spielauslösendes Moment herausgearbeitet werden (S. 136). Aufschlussreichere Ergebnisse liefert die Frage nach Gratifikationserwartungen bei unterschiedlichen Medien. So rangieren Bildschirmspiele im affektiven Bereich vor Fernsehen und Internet, indem sie ihren Nutzern involvierende Unterhaltung, spielerischen Wettbewerb, eskapistisches Erleben und stimulierende Herausforderung bieten (S. 148ff.). Das Internet gilt als „kognitives Medium“, das zur Orientierung und zur Informationsbeschaffung genutzt wird, während das Fernsehen in allen Bereichen mittelmäßig abschneidet und somit als „Allrounder“ fungiert. Im Vergleich mit anderen Freizeittätigkeiten werden Computerspiele als aktiver und „besser“ eingestuft als beispielsweise Fernsehen. Die beliebtesten Tätigkeiten sind jedoch non-mediale Beschäftigungen wie

„Freunde treffen“ oder „Sport treiben“ (S. 158ff.). Gegenüber anderen Medienaktivitäten bieten Computerspiele für die Befragten aber ein optimales „Kosten-Nutzen“-Verhältnis zwischen zu erbringendem Nutzungsaufwand und „post-rezeptiver Befriedigung“. Auch das Medienerleben wird näher beleuchtet. Im konkreten Moment der Medienrezeption befinden sich die Rezipienten in spezifischen Erlebniszuständen. Die emotionalen und kognitiven Anteile des Medienerlebens differieren dabei bei den verschiedenen Medien. Wenn es zu positiven Emotionen kommt, fühlen sich die befragten Probanden während des Computerspielens deutlich stärker, aktiver und kreativer als während des Fernsehens. Jedoch sind negative Empfindungen beim Spielen ebenso häufig wie positive. Die Art des Spiels sowie die spezielle Spielsituation – ob allein oder mit Freunden – beeinflussen auch hier das jeweilige Erleben. Bildschirmspiele werden also vorrangig zur Erfüllung emotionaler Bedürfnisse genutzt, wobei das „Agency“-Potential für das positive Spielerleben wesentlich ist: „Spiel und Spannung auf Basis einer selbstbestimmten Medienhandlung machen die besondere Faszination von Bildschirmspielen aus“ (S. 186). Damit heben sich Bildschirmspiele vom passiv empfundenen Fernsehen und vom eher „kognitiven“ Medium Internet klar ab und verdeutlichen ihre eigene, spezifische Stärke – „Interaktivitätspotenzial“ und „spielerischer Charakter“. Die von Daniela Schlütz durchgeführte Studie zu Nutzungsvoraussetzungen und -bedingungen beschäftigt sich mit einem bisher vernachlässigten Aspekt

im Gebiet der Computerspiel-forschung und ist deshalb durchaus zu empfehlen. Da die Befragung jedoch gezielt mit aktiven Computerspielern durchgeführt wurde, sind gerade die vergleichenden Ergebnisse etwas mit Vorsicht zu genießen. Denn es ist zu erwarten, dass dieselben Fragen bei Nichtspielern zu anderen Ergebnissen führen würden. Wünschenswert wäre auch eine deutlichere Einbeziehung von Spielinhalten gewesen, die hier lediglich durch die Aufteilung in grobe Genres einfließen. Die Abkoppelung von rezipiertem Inhalt und Rezeptionsprozess lässt einige Fragen unbeantwortet. So lässt sich beispielsweise die unterschiedliche Qualität des Vergnügens, das entsprechend den Handlungsoptionen im Spiel, Spielgenre oder medialer Darstellung differiert, hier nicht näher bestimmen. Trotzdem liefert die intensive Auseinandersetzung mit dem „Uses & Gratifications“-Ansatz und dessen Erweiterung um die Handlungs- und Erlebnisebene einen interessanten Beitrag zur kommunikationswissenschaftlichen Debatte. Aufgrund der intensiven Aufbereitung des Modells, das im Buch großen Raum einnimmt, ist es Neulingen auf dem Gebiet der Computerspiele jedoch weniger zu empfehlen.

Susanne Eichner

Eine Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft

Tatsächlich sind die Fragestellungen und Modelle der Film- und Fernsehwissenschaft ebenso vielschichtig wie ihr Forschungsobjekt, und ein Versuch ihrer Systematisierung stand bislang aus. Kein Wunder: Nicht nur der Umfang der internationalen Literatur ist im Verlauf der letzten beiden Jahrzehnte sehr stark angewachsen, sondern auch die kulturwissenschaftlichen Zugangsweisen zum Film haben sich vervielfacht. Mit ihrer detaillierten Übersicht liefern die Autoren eine Einführung für Studierende, bei der das im Vorwort angekündigte „Aha-Erlebnis“ nicht ausbleiben dürfte – allein schon angesichts der umfangreichen Instrumentarien einer semiotischen Filmanalyse! Doch eine Systematik der jungen Wissenschaft muss in diesem Rahmen selektiv bleiben. Diese Einschränkung formulieren auch die Autoren, gleichwohl ist ihr Überblick als Orientierungshilfe unverzichtbar. Das Buch ist trotz einiger nicht zuletzt der Materie geschuldeter Sperrigkeiten gut lesbar. Vor allem in den ersten Kapiteln bemühen sich Borstnar, Pabst und Wulff – die ersten beiden Lehrbeauftragte, letzterer Professor an der Universität Kiel – mit griffigen Definitionen darum, auch den Nichtsemiotiker mit den terminologischen Tücken einer zeichentheoretisch orientierten Filmanalyse vertraut zu machen. Mit Kapiteln zum Bildaufbau (Mise en Scène), zu Montageformen, zum Ton und zur Kamertechnik veranschaulichen die Autoren Gegenstandsbereiche semiotischer Untersuchungen (wobei sie allein den Aspekten



Nils Borstnar/Eckhard Pabst/Hans Jürgen Wulff: Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft. Konstanz 2002: UVK. 17,90 Euro, 230 Seiten.