

# Mitsprache im narrativen Universum...

*Convergence* und *participatory  
culture* und was sie hier verloren  
haben

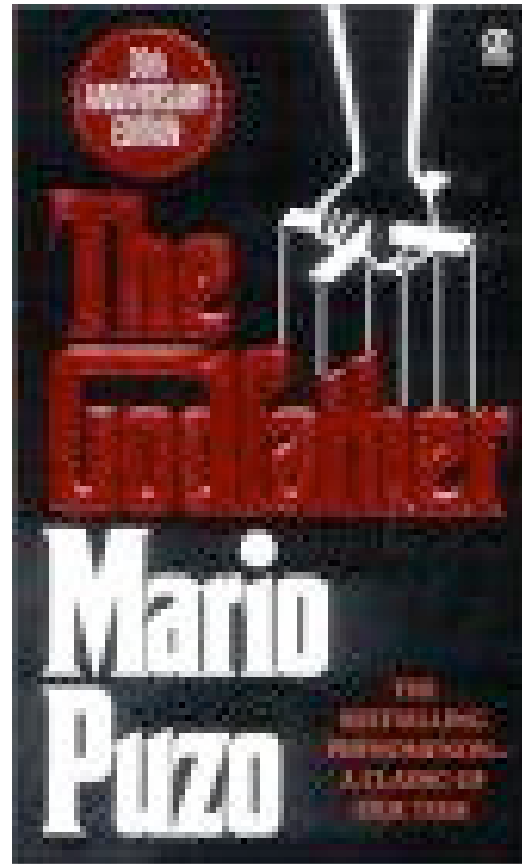
Es war einmal...



Es wurde daraus...



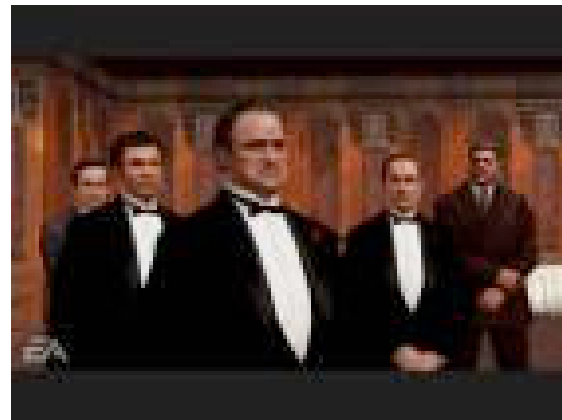
# Buch



# Film



# Videogame



# Convergence culture

- Darunter ist die Migration von Inhalten zwischen verschiedenen Medien zu verstehen.
- Harry Potter ist mittlerweile viel mehr als ein Buch. Der Stoff vom Zauberschüler ist zwischen Buchdeckeln, auf der Leinwand und in der Spielkonsole zu Hause.
- Wir bewegen uns in narrativen Universen und begegnen unseren Helden und Heldinnen in den verschiedensten Medien.

# Tiefe Beschäftigung

- Tiefe Beschäftigung mit einem Stoff gibt es freilich auch ohne convergence. Aber die Allgegenwart von Inhalten durch ihre hypermodale Verbreitung verstärkt die Möglichkeit zur tiefen Beschäftigung mit ihnen.
- „Transmedia Entertainment describes the newfound flow of stories, images, characters, information, and sounds across various media channels, in a coordinated fashion, which facilitates a deepening expansion of the consumer's experience.“  
<http://convergenceculture.org>



# Teilnehmende Beschäftigung

- Ein Ausdruck tiefer Beschäftigung ist (An)teilnahme.
- Participatory Culture describes the way consumers interact with media content, media producers, and each other as they explore the resources available to them in the expanded media landscape. **Consumers become active participants in shaping the creation, circulation, and interpretation of media content.** Such experiences deepen the consumer's emotional investment in the media property, and expands their awareness of both content and brand.

# Komm, mach mit!

- Medianartefakte, die das aktive Eingreifen der RezipientInnen voraussetzen, um überhaupt erfahrbar zu werden:
  - Hypermodale Texte
  - Games

# Ein bisschen Autor und viel mehr Leser

- [Cent mille milliards de Poèmes](#) (Queneau)
- Krogufant

# Eintauchen...im wahrsten Sinne des Wortes

Forest Grove Estate



→ Watch

*Charlie's Story*

Sei Teil der Welt...



# Rollenwandel

- Media convergence und die zunehmende Bedeutung partizipativer Medien in der Medienkultur, wandeln zusehends die Rolle der RezipientInnen.
- Partizipative Medien stärken die Rolle der RezipientInnen, da sie für die jeweilige Realisierung des Textes unverzichtbar sind.
- Erst durch die Realisierung eines Spiels durch den Spieler, wird die mögliche Story in einen konkreten Plot verwandelt.
- Je nach Spiel sind sich die realisierten Plots sehr ähnlich oder unterscheiden sich stark (vgl. frühe Adventure games, „ Fahrenheit“, „Second life“, „SH2“ - Spielstil steuert Ende)

# „Frei-spiel“

- Will Wright sieht Technologie als „enhancement of some part of our bodies“
  - Car / legs
  - House / skin
  - TV / senses
- der Computer hat die Fähigkeit unsere Imagination zu beflügeln, der Spieler soll aus dem kreativen Prozess nicht ausgeklammert werden: Möglichkeit zur Selbstverwirklichung innerhalb eines Spiels

# Manifest der Mitsprache von W. Wright

- „By moving away from the idea that media is something developed by the few (movie and TV studios, book publishers, game companies) and consumed by the many in a one-size-fits-all form, we open up a world of possibilities. Instead of leaving player creativity at the door, we are inviting it back to help build, design, and populate our digital worlds. More games now include features that let players invent some aspect of their virtual world (...)



# Manifest der Mitsprache von W. Wright

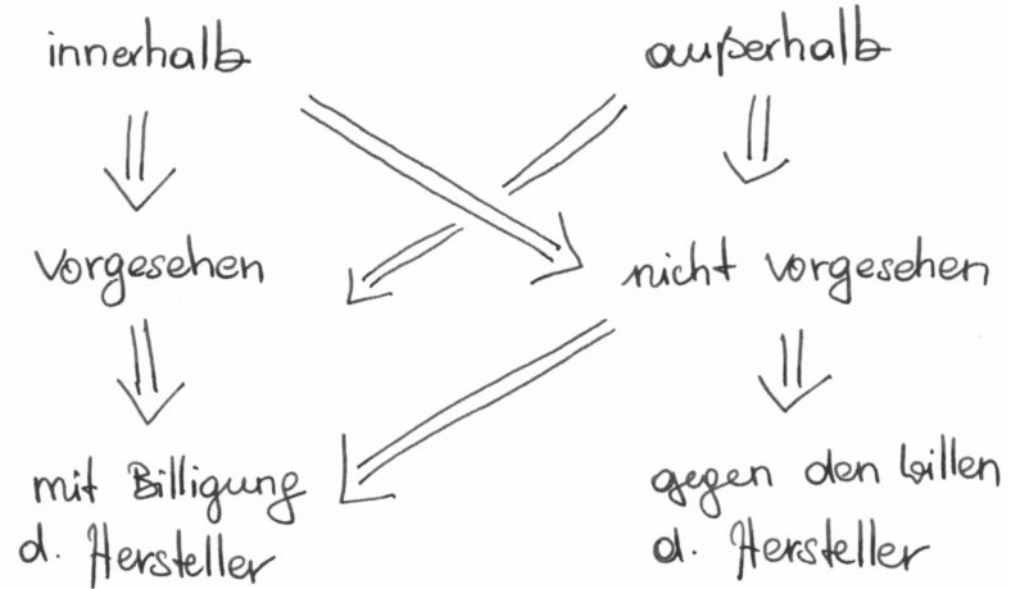
- And more games entice players to become creative partners in world building, letting them mod its overall look and feel. The online communities that form around these imaginative activities are some of the most vibrant on the Web. For these players games are not just entertainment but a vehicle for self-expression“.

# Freiräume, Möglichkeiten, Grenzen

- Kreativität (in vorläufiger Ermangelung eines treffenderen Wortes), die durch media convergence und partizipative Medien bei den KonsumentInnen geweckt wird, und die Grenze zwischen ProduzentIn und KonsumentIn verwischt, kann aus versch. Blickwinkeln betrachtet werden.
- Für eine systematische Annäherung an das Thema kann man von folgender Einteilung ausgehen:

- Innerhalb d. Medienartefaktes
- Außerhalb d. Medienartefaktes
- Von den Herstellern vorgesehen
- Von den Herstellern nicht vorgesehen
- Von den Herstellern gebilligt
- Gegen den Willen der Hersteller

kreativer Ausdruck / user generated content



# Ein paar Beispiele

- Innerhalb d. Medienartefaktes, vorgesehen und gebilligt: Erstellen eigener Charaktere in Rollenspielen (vom Aussehen bis hin zum Fähigkeitenprofil); Mehr Möglichkeiten, auch in die Spielwelt einzugreifen: [Spore](#)
- (versch. Spielstrategien); Spiele stellen Editor zur Verfügung und erlauben das Gestalten eigener Levels (Starcraft Geburtstagskampagne);
- <http://jediknight2.filefront.com/>

- Innerhalb des Artefaktes, nicht vorgesehen, gebilligt: Waffe als Kletterwerkzeug; In MMPORGs ist role playing vorgesehen, kaum aber, dass jemand einen NPC spielt (Waitress in WoW)
- Innerhalb des Artefaktes, nicht vorgesehen, gegen den Willen der Herstellern: Pseudocharacter, der als Marktschreier im Spiel (WoW) Websites promotet, auf denen man gegen den Willen von Blizzard in-game items für echtes Geld kaufen kann.

- Außerhalb des Artefaktes, vorgesehen, mit Billigung: Machinima (Mit bsp. Wie „Romeo und Juliet“ wird Kreativität der SpielerInnen herausgefordert), Wettbewerbe (z.B. Harry Potter, Schreibwettbewerb), [Blood Rayne Artwork Wettbewerb](#)
- Außerhalb des Artefaktes, nicht vorgesehen, mit Billigung  
[Everquest Fan Songs](#)  
Dance Among the Dead

# Fragestellungen und Blickwinkel: Games

- Games:
  - Art und Ausmaß der SpielerInnen-Partizipation in versch. Game-genres (wo ist die Grenze zum „non-game“ (second life, the movies...))
  - Welche Faktoren lassen sich identifizieren, die Kreativität im u. außerhalb des Spiels (als Ausdruck tiefer Beschäftigung) befördern? Welche Qualität/Charakteristika kann man in Medienartefakten feststellen, zu denen es viel Fan-Material gibt?
  - Inwiefern fördert participatory culture die Auseinandersetzung mit Technologie (women and technology)



# Fragestellungen und Blickwinkel: SpielerInnen

- Wer spielt was und warum?
- Wie gehen versch. SpielerInnentypen mit versch. Spielen um?
- Was unterscheidet einen hardcore player von einem fan?
- Wie funktionieren Hierarchien in der Fan-community
- Welchen Einfluss hat die Beherrschung von Technik auf den Status in der Fan-Community (kann man ein „guter“ Fan sein, ohne content zu generieren und diesen ansprechend zu gestalten?)

# Fragestellungen und Blickwinkel: user generated content

- Welche Form kann der content, den user als Ergebnis ihrer tiefen Beschäftigung mit einem Thema produzieren, annehmen?



- Welche (sozialen) Funktionen erfüllt user generated content (Status, self-expression, Kommunikation, Dazugehörigkeit, In-Besitznahme von Stoffen...)
- Gibt es Muster in den Inhalten, die User generieren, die Rückschlüsse auf das ursprüngl. Medienartefakt zulassen? (z.B. signifikante Unterschiede in den Artefakten, die als Ergebnis tiefer Beschäftigung mit Konsolenspielen entstanden sind im Vlg. Zu Artefakten, die MMPORGs hervorgebracht haben? Od. warum gibt es so viel „Zeug“ zu Everquest und relativ wenig zu WoW?)

# Fragestellungen und Blickwinkel: Produzentenseite

- Inwiefern hat das Bewusstsein, dass wir in einer zunehmend partizipativen Kultur leben, Spiele im Laufe der Zeit verändert?
- Inwiefern integrieren Produzenten bewusst Möglichkeiten für die Konsumenten kreativ zu werden?
- Einstellung der Industrie zum kreativen Output der „KonsumentInnen“

- Inwiefern beeinflusst der kreat. Output der Fan-Community zukünftige Spielentwicklung?
- Wie wird die Möglichkeit der „Mitsprache“ innerhalb und außerhalb d. Spiels in Marketing-Strategien neuer Spiele integriert?
- Inwiefern nimmt user generated content Einfluss auf die Marketing-strategie etwa für ein Sequel eines bestehenden Spiels?

**Diskussion...**

# Das war's

