

Svenja Kaiser

Wenn NPCs zu Spielfiguren werden. Eine Medienentwicklung und ihre kommerzielle Transformation

2020

<https://doi.org/10.25969/mediarep/14340>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kaiser, Svenja: Wenn NPCs zu Spielfiguren werden. Eine Medienentwicklung und ihre kommerzielle Transformation. In: *Navigationen - Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften*. SPIEL|MATERIAL, Jg. 20 (2020), Nr. 1, S. 147–160. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/14340>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Share Alike 4.0/ License. For more information see:

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

WENN NPCS ZU SPIELFIGUREN WERDEN

Eine Medienentwicklung und ihre kommerzielle Transformation

VON SVENJA KAISER

ABSTRACT

Avatare und NPCs in Computerspielen haben ihre eigene feste Aufgabe und Rolle innerhalb des vom Spiel festgelegten Universums. Sie lassen sich nicht physisch greifen und weiterverarbeiten, wie etwa die Figuren eines Monopoly-Spiels. Dennoch lässt sich beobachten, dass Fans bestimmter Computerspiel-Reihen, wie etwa Dragon Age, die Charaktere des Spiels aus ihrem Kontext nehmen und sie weiterverarbeiten. Dies geschieht nicht nur in Form von Fanfiction – sondern ebenfalls in Form von kurzen Comics und Fandiskussionen, welche zum Teil sogar eine Abneigung gegenüber dem eigentlichen Spiel ausdrücken. Charaktere müssten vor dem Computerspiel sprichwörtlich gerettet werden. Vor allem die Form der von den Fans produzierten Kunst, welche sich mit den Charakteren auseinandersetzt, wird mitunter kommerziell vertrieben. In einer ethnografischen Beobachtung soll sich die Art und Weise der Spieler*innen angesehen werden in welcher sie NPCs und Avatare weiterverarbeiten, sowie die Gründe und Vorgehensweisen des kommerziellen Vertriebs von Fans für Fans.

EINLEITUNG

Die Spielfigur ist für viele Spiele ausschlaggebend. Mensch ärgere dich nicht oder Monopoly benötigen Figuren, um den Fortschritt und die Identifikation der Spieler*innen zu gewährleisten. Dies tun die Figuren vor allem durch farbliche oder formbezogene Unterschiede, um den Spieler*innen zu ermöglichen, sich einer oder mehreren Figuren zuzuordnen.

Videospiele basieren auf einem ähnlichen Prinzip, wenn auch oft mit mehr Komplexität als lediglich der Zuordnung durch eine Farbe oder Form. In der Regel benötigt es einen Avatar, den Spieler*innen als Werkzeug nutzen können, um durch die Spielwelt zu navigieren.

Der Avatar ist ein Werkzeug zur Manipulation der Spielwelt, aber auch eine in diese Spielwelt integrierte Figur. Er markiert als Fusion aus Interface-Element und fiktionaler Instanz ein besonders prägnantes Charakteristikum des Computerspiels und bildet das entscheidende

Element des interaktiven Bildes zum Einbezug des Betrachters beziehungsweise Spielers.¹

Dabei bietet der Avatar unterschiedliche Gestaltungsmöglichkeiten. Manche Spiele, wie *Resident Evil 2*, geben einen konkreten Avatar vor, welcher nur bedingt veränderbar ist. Andere Spiele, zumeist RPGs wie *Dragon Age*, *Skyrim* oder *Mass Effect*, überlassen den Spieler*innen nicht nur die Entscheidung, wie der Avatar gestaltet werden soll, sondern auch welches Geschlecht er darstellt.

Doch während der Avatar nicht physisch greifbar ist, wie die Figuren eines *Monopoly* Spiels, hat er neben der Qualität, mehr darzustellen als eine Form oder Farbe, noch eine weitere besondere Eigenschaft: Er kann durch seine Einbettung in Narration und Spielwelt, sein Charakterdesign und durch Dialoge Emotionen beim Spieler erzeugen.

Zum anderen ermöglicht die Fiktionalisierung von Spiellogiken als Figuren zusätzliche Formen emotionaler Anteilnahme am Spielgeschehen: Während eine Partie *Candy Crush* durchaus spielbezogene Emotionen wie Triumph oder Enttäuschung über Sieg oder Niederlage auszulösen vermag, erlauben Videospieldfiguren ungleich komplexere Formen emotionaler Nähe und Distanz, die von empathischem Mitfühlen und identifikatorischer Perspektivenübernahme bis hin zu moralischen oder ästhetischen Urteilen reichen kann.²

Wie sich im Folgenden zeigen wird, ermöglichen parasoziale Interaktion und Identifikation³ ein tiefes Eintauchen, nicht nur in die Spielwelt, sondern in das ›Leben‹ des Avatars und Protagonisten – sei es von Spieler*innen selbst entworfen wie in *Skyrim*, oder vorgegeben wie in *Legend of Zelda*. Aber auch NPCs, *Non playable Characters*, sind von diesem Phänomen betroffen, obwohl sie über die eben definierten Qualitäten eines Avatars und Protagonisten nicht verfügen. NPCs vergeben Aufgaben, *Quests*, geben den Spieler*innen Hinweise oder sind schlicht Dekoration, um die Spielwelt mit mehr Leben zu füllen. Dennoch können sie für die Spieler*innen große Bedeutung besitzen. Es stellt sich also die Frage, worin die Faszination dieser zunächst scheinbar unbedeutenden Spielfiguren liegt.

Es gilt in diesem Aufsatz zu klären, welche Rolle Avatare und NPCs außerhalb ihres Spiels einnehmen, welche Entwicklung sie über verschiedene Medienformen hinweg vollziehen und die Frage danach, welche kommerzielle und non-kommerzielle Motivation dabei bei Fans und Spieler*innen ausschlaggebend ist.

Da die Zielgruppe systematisch den Zugang zu den Untersuchungsgegenständen, d.h. den durch sie geschaffenen Werken, verhindert, ist eine ethnografische

1 Beil/Rauscher: »Avatar«, S. 201.

2 Schröter: »Figur«, S. 110.

3 Vgl. ebd., S. 116.

Vorgehensweise geboten, da erst durch eigene Erfahrungen und eigenes Teilnehmen Zugang ermöglicht werden kann.

Dokumentiert wird diese ethnografische Untersuchung an ausgewählten Fans dabei durch Protokolle und Screenshots.

Avatare und NPCs werden als eine Form von Material betrachtet, welches von Spieler*innen und Fans weiterbearbeitet und transformiert wird. Es soll herausgestellt werden, dass die Rolle eines Avatars und NPCs nicht auf das Ausgangsspiel beschränkt bleibt, sondern dass eine Gruppe von Spieler*innen die Geschichten und Charaktere, fernab ihres ludischen Ursprungs, als Arbeitsmaterial für ihr eigenes kreatives Schaffen nutzt.

I. »OUR PRINCESS IS IN ANOTHER CASTLE« – WENN SPIELER*INNEN AVATARE RETTEN WOLLEN

Zunächst gilt es zu verstehen, warum Spieler*innen und Fans sich Avatare und NPCs zu eigen machen und sich diesen verbunden genug fühlen, um Zeit und Arbeit in diese zu investieren und diese weiter zu bearbeiten.

So treten Empathie oder Identifikation mit dem Protagonisten eines Computerspiels nicht vorrangig während des tatsächlichen Spiels auf, sondern vor allem in den ein Spiel rahmenden Aktivitäten wie z.B. auf Fansites, in Chats oder auch in Lookalike-Contests, in denen die Figuren von den Handlungszwängen des Spiels frei sind. Auch bieten Spiele die Möglichkeit einer empathischen Involvierung über NPCs, die vom Spieler eben nicht gesteuert werden können. Wenn sie leiden, kann der Spieler mitfühlen. Auch in Teilen des Spiels, in denen der Werkzeugcharakter des Avatars zurücktritt, kann der Spieler ein Mitgefühl mit ihm entwickeln [...].⁴

Fans, welche sich verschiedener *Franchises* bedienen und in kreativer Weise weiterverarbeiten, agieren in einem Graubereich, da sie keinen Anspruch auf das geistige Urheberrecht des Ausgangsspiels oder dessen Figuren erheben können. Deshalb verbergen sich viele in der Infrastruktur von Plattformen, um nicht in der breiten Öffentlichkeit sichtbar zu sein, wie sich vor allem am Beispiel von Twitter zeigen wird.

Fans have long feared legal and moral persecution: they often operate in a legal grey zone when they manipulate and transform copyrighted material owned by big studios, and they often push the boundaries of local morality that frowns upon explicit sexuality, especially its non-normative versions. [...] Meanwhile, citing a fan story and directly linking to its author's site may expose that fan to unwanted scrutiny – they may

4 Neitzel: »Involvierungsstrategien des Computerspiels«, S. 98f.

have revealing details in other posts on their blog that they don't expect more than a handful of people to read [...].⁵

Da sich Fans oft verstecken und nur ›Eingeweihten‹ Zugang in ihre Welt gewähren, wurde eine ethnografische Methode gewählt. Nur durch meine eigenen Erfahrungen in dieser Spielszene und im Bereich der Fan-Works, welche Fanfiction, Fanart und Cosplay umfassen, sowie durch meine Kenntnis der Methoden der Verschlüsselung innerhalb von Plattformen konnte ich Zugang finden. Dokumentiert wurde die Vorgehensweise in Protokollen und Screenshots, welche ich auf Anfrage zugänglich mache, um das Vorgehen möglichst transparent zu gestalten.

Die Forschende bringt ihre Verstehens-Hintergründe mit, sie geht ihr Anliegen mit einer subjektiv kalibrierten Deutungs-Optik an. Sie ist in mehrfachem Sinn Teil des Untersuchungsfeldes: Als Handelnde und Interagierende löst sie Reaktionen der Feldmitglieder (der Untersuchungspartner) aus. Ihre (mehr oder weniger ausgeprägte) lebensweltliche Eigenverwicklung in die fokussierte Thematik hat damit gekoppelte Resonanzen am eigenen Körper (gedankliche Assoziationen, Affekte etc.) zur Folge. Das Feld reagiert auf die Forschende – die Forschende reagiert auf das Feld.⁶

Ebenso muss bedacht werden, dass eine Verantwortung dem Feld gegenüber ein eventuelles Anonymisieren erzwingt. Daher habe ich aus Gründen des Quellenschutzes die Namen, Screenshots und Links der beobachteten Spieler*innen anonymisiert.⁷ Öffentlich einsehbare Einträge fallen nicht unter diese Anonymisierungspflicht.

Fandom spaces have mostly thrived on limited access and clear community rules: from the pages of zines and con spaces, to mailing lists with list moms, interaction has often been controlled and self-policed. Unlike large areas of the Internet that publish with the intent to reach the widest audience possible, many, if not most, fans go to great lengths to control access.⁸

5 Busse: »The Ethics of Studying Online Fandom«, S. 10f.

6 Breuer/Muckel/Dieris: Reflexive Grounded Theory. Eine Einführung für die Forschungspraxis, S. 10.

7 Alle Namen, Links und Quellen sind auf Anfrage einsehbar.

8 Busse: »The Ethics of Studying online fandom«, S. 12.

Die erste Plattform, die betrachtet wurde, ist Tumblr.com⁹. Sie verspricht ihren Werbekunden¹⁰, dass sie ein Zielpublikum für kreatives Schaffen und Produkte generieren kann. Tumblr schmückt sich mit einer Infrastruktur, die es möglich macht, verschiedene Gruppen gezielt und effizient anzusprechen. Dabei nutzt die Plattform *Likes*, *Reblogs* und sogenannte *Tags*, welche Inhalte entsprechend sortieren oder verstecken. Diese Infrastruktur wird von Fans genutzt, um eigene Zielgruppen anzusprechen oder Inhalte vor dem öffentlichen Auge, beispielsweise mit abstrusen *Tags*, zu verbergen (vgl. Protokoll 24.06.2019¹¹).

Hashtags have also become a mode of expression in their own rights. Yes, each tag functions as a hyperlink that sorts and connects, albeit only if used multiple times to tag different posts.¹²

Mit dieser Infrastruktur macht es Tumblr möglich, zu beobachten und zu untersuchen, wie sich Fans in entsprechenden *Tags* ausgewählter Videospiele über diese unterhalten, was sie austauschen, Erschaffen und kritisieren.

In diesem Aufsatz wird das Spiel *Dark Souls* und der entsprechende gleichnamige *Tag* untersucht (vgl. Protokoll 24.06.2019).

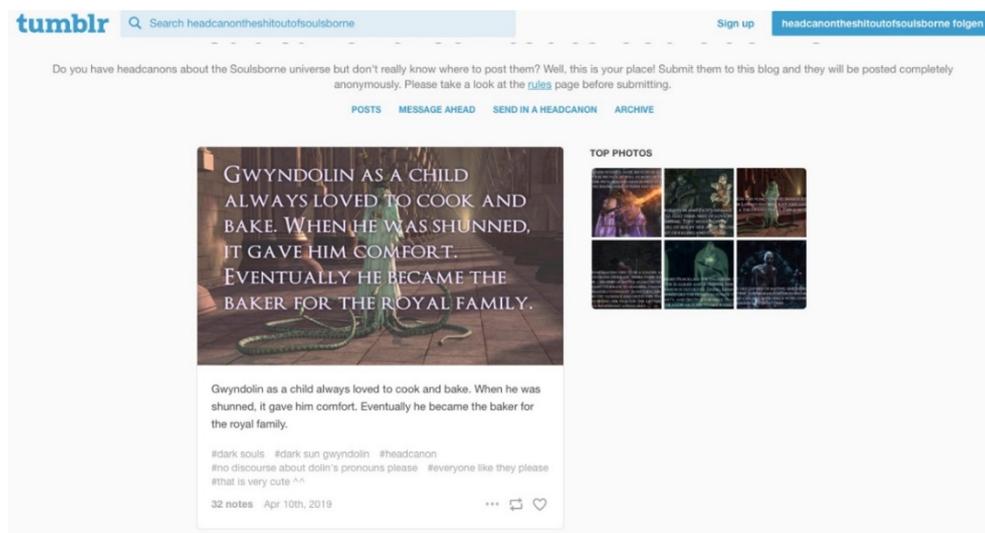


Abbildung 1: *Dark Souls* Headcanon.

9 Tumblr: Startseite, www.tumblr.com, 9.4.2019.

10 Tumblr: Business, www.tumblr.com/business, 15.05.2018.

11 Alle Protokolle sind auf Anfrage einsehbar.

12 Stein: »Tumblr fan aesthetics«, S. 89.

Neben Fanart, Verlinkungen zu *Let's plays* und Fanfiction fiel vor allem der Blog »Headcanon the shit out of soulsborne«¹³ auf, welcher ausschließlich dazu dient, sogenannte *Headcanons*, also selbst ausgedachte Ideen zu Charakteren und der Welt von *Dark Souls* und *Blood Borne*, einzusenden und anderen Fans zugänglich zu machen (vgl. Protokoll 24.06.2019). Dieser Blog zeigt nicht nur das Interesse von Fans, genau diese Ideen und Interpretationen der Spiele miteinander zu teilen und sich darüber auszutauschen, sondern macht ebenso erkennbar, wie mit den Avataren und NPCs der originalen Spielereihen weiter *gespielt* wird.

Schon hier kann beispielsweise beobachtet werden, dass vermeintlich eindimensionale NPCs einen neuen Blickwinkel bekommen und durchaus Gegenstand von Diskussionen und kreativem Schaffen sind (vgl. Abb. 1). So werden ihnen selbstgeschriebene Geschichten, Charakterzüge und Beziehungen zugeschrieben, welche so im tatsächlichen Spiel nicht existieren.

Charaktere und Spielfiguren werden damit Puppen auf einer individuellen Bühne, von Spieler*innenn und Fans geschaffen. Dabei bleiben diese neuen Blickwinkel, die Geschichten, Diskussionen und Kunst unabhängig von der ludischen oder narrativen Ebene des tatsächlichen Spiels. Das folgende Beispiel (Abb. 1)¹⁴ zeigt den Charakter *Gwyndolin*, welcher einen NPC und Endgegner der *Dark Souls* Reihe¹⁵ darstellt. Obwohl dieser nur als ein Hindernis im Spiel fungiert, dessen einziger Sinn und Zweck es ist, bekämpft zu werden, machen sich Spieler*innen und Fans Gedanken um seine Kindheit, geben ihm ein Hobby, einen Charakter und machen ihn damit zugänglicher für Empathie und Identifikation. Welche Motivation steckt hinter der Transformation und emotionalen Aufladung von NPCs?

Increasingly, fan scholars have recognized that fan culture is born of a mixture of fascination and frustration, that appropriation involves both accepting certain core premises in the original work and reworking others to accommodate our own interests.¹⁶

Manche Charaktere faszinieren offenbar trotz ihrer mageren Hintergrundgeschichte und ihres mageren Designs, so dass sich manche Spieler*innen Zeit nehmen, ihnen mit neuen Hintergrundgeschichten mehr Leben einzuhauchen.

Ähnliches lässt sich beobachten, wenn Spieler*innen von der Narration frustriert sind: Fans des Videospiele *Detroit Become Human* sind besonders auf Twitter aktiv (vgl. Protokoll 24.06.2019) und vernetzen sich dort, ähnlich wie bei *Tumblr*,

13 Headcanon the shit out of Soulsborne: Startseite, <https://headcanontheshitoutofsoulsborne.tumblr.com>, 24.06.2019.

14 Headcanon the shit out of soulsborne: Gwyndolin, <https://headcanontheshitoutofsoulsborne.tumblr.com/tagged/dark-sun-gwyndolin>, 24.06.2019.

15 Dark Souls Wiki: Dark Sun Gwyndolin, <https://headcanontheshitoutofsoulsborne.tumblr.com/post/184081115590/gwyndolin-as-a-child-always-loved-to-cook-and>, 12.04.2019.

16 Jenkins: »Afterword: The Future of Fandom«, S. 362.

über *Retweets* und *Hashtags*, um Ideen, Fanart/fiction oder *Headcanons* miteinander auszutauschen. Diese Gruppe von Fans eint vor allem die Frustration über die Narration und die Abneigung gegen den *Headwriter David Cage*.

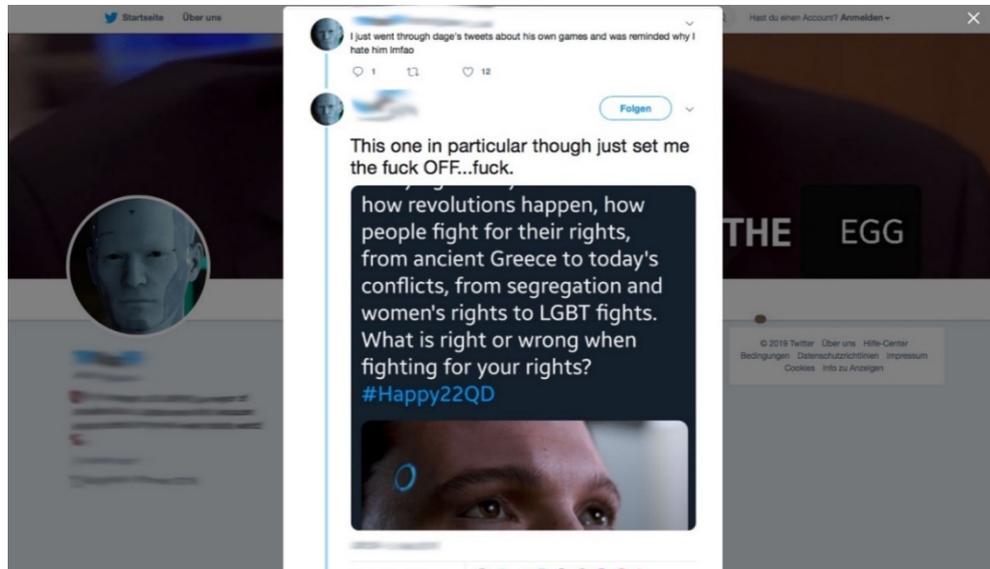


Abbildung 2: Tweet Beispiel 1.

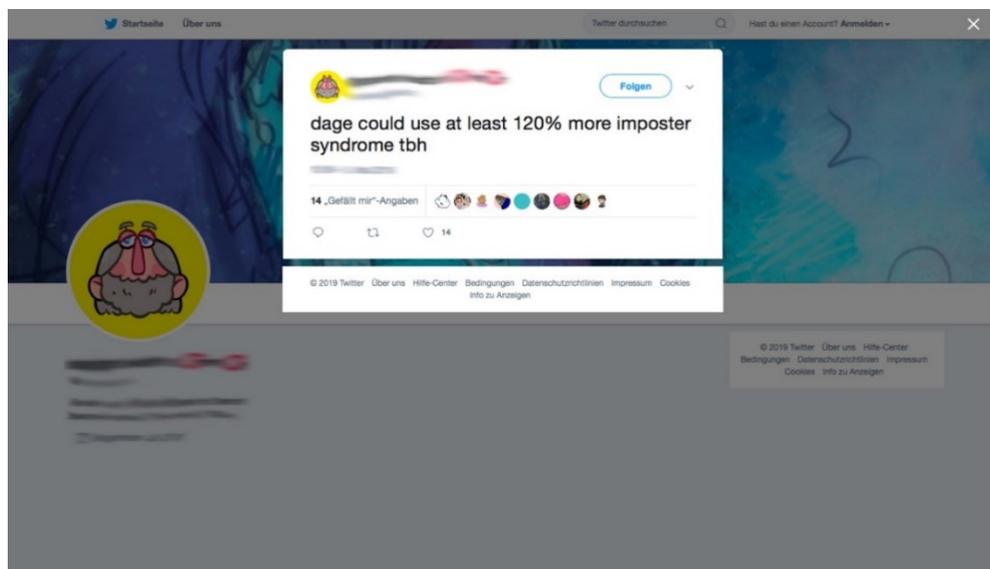


Abbildung 3: Tweet Beispiel 2.

Die obigen Screenshots müssen im Kontext der Bemühungen der Spieler*innen, unerkant zu bleiben, verstanden werden. Die aufgeführten Tweets waren mir nur deswegen zugänglich, weil mir das Fandom und die Art der Spieler*innen, sich zu verbergen, bekannt ist (vgl. Protokoll 24.06.2019). Fans drücken hier mit verändertem Namen und unter dem Schutz einer Manipulation der Infrastruktur von Twitter ihre Frustration aus.

Zu sehen ist dies beispielsweise an der Änderung des Namens *David Cage*, dem Schreiber und Regisseur des Spiels, zu »dage« in der Hoffnung, dass sich dieser Tweet nicht über die Suchfunktion finden lassen wird. Gleichwohl soll dieser Tweet aber noch deutlich genug für andere Fans zu erkennen und zu verstehen sein (vgl. Protokoll 24.06.2019). Auch das Nutzen eines Screenshots, anstatt direkt auf den kritisierten Tweet zu antworten, zeigt einen Versuch, öffentlich nicht aufzufallen und innerhalb eines abgeschlossenen Fan-Bereiches zu agieren.

Während in den anonymisierten Beispielen also die Narration und das Erzähl-talent von David Cage bemängelt werden, lassen die Icons der beiden User deutlich erkennen, dass sie Fans von zumindest zwei Charakteren des Spiels sind. Die Twitteraccounts sind gefüllt mit Fanart, Geschichten und Diskussionen rund um zwei Charaktere aus *Detroit: Become Human* (vgl. Abb. 4), während sie nicht mit Kritik an dem Schreiber des Spiels *David Cage* zurückhalten.

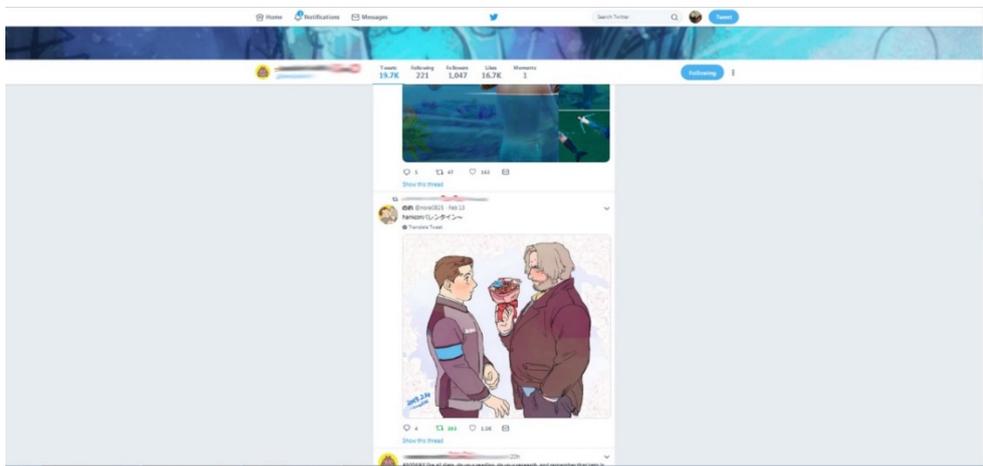


Abbildung 4: Twitter Fan Account.

Zu erkennen ist hier also eine Frustration über die vermeintlich schlechte Narration, mangelnde ludische Elemente sowie eine Abneigung gegenüber der Person *David Cage*. Dennoch spiegelt sich im Inhalt der Accounts ebenso auch eine ausreichende Faszination gegenüber den Figuren des Spiels. Offenbar empfinden die beiden Fans, dass die beiden Charaktere aus dem ›schlechten‹ Spiel gerettet werden müssen. Mittels neuer Geschichten, kleiner Comics und eigener kleiner Spiele wird die Narration der Figuren verbessert oder sie werden gleich ganz in andere Kontexte gesetzt.

Es lässt sich also feststellen, dass die Verbundenheit und parasoziale Identifikation, sowie Frustration, Fans dazu veranlassen kann, eigene Narrationen in Form

von Bildern (*Fanart*), Comics, Geschichten¹⁷ (*Fanfiction*) und sogar eigener programmierter Spiele¹⁸ herzustellen und die geliebten Avatare und NPCs in eine neue, erweiterte oder nach ihrem Empfinden verbesserte Narration zu setzen und ihnen damit ein neues Zuhause zu bieten.

Eine weitere Plattform für Fan-Arbeiten, in diesem Fall in Form von *Fanfiction*, ist *Archive of our own*¹⁹. *Fanfiction* bezeichnet literarische Werke, welche sich in der Regel auf ein Ursprungswerk beziehen, dessen Urheberrechte nicht bei den *Fanfiction*-Autoren liegen. *Archive of our own* ist eine der zahlreichen Plattformen, in welcher Fans ihre eigenen Geschichten hochladen, lesen und kommentieren können. Auch hier gilt ein Tag-System, das thematische Schwerpunkte filtert und sortiert.

Als Beispiel ausgewählt wurde *Resident Evil 2*, dessen Remake am 25.01.2019 erschienen ist²⁰. Durch das Tool Waybackmachine²¹ lässt sich erkennen, dass sich die Anzahl der *Fanfiction* auf Archiveofourown seit Erscheinen des Remakes vervielfacht hat: Von 2658 am 12. Dezember 2018, auf 4040 am 15.01.2020²². Die Themendichte ist hier enorm und geht von Romanzen zweier Nebencharaktere bis hin zu neuen Erzählschlüssen und Schicksalen. Die Anzahl und Vielfalt sind dabei so hoch, dass es unmöglich wäre, eine detaillierte Auflistung der einzelnen Themen zu erstellen. Zu erkennen ist hier eine Schreiblust der Fans, sich außerhalb des eigentlichen Spiels mit den Charakteren, in manchen Fällen aber auch mit der Spielwelt zu befassen. Das spricht dafür, dass Fans zwar unabhängig vom Spiel aktiv sind, Spiel und Franchise jedoch ebenso aktiv die Schaffenslust anspornen können.

17 Archive of our own: Resident Evil, <https://archiveofourown.org/tags/Resident%20Evil%20-%20All%20Media%20Types/works>, 24.06.2019.

18. Undertale Fan game *Kissy Cutie*, <https://xocolatl-games.itch.io/undertale-kc>, 24.06.2019.

19. Archive of our own: Startseite, <https://archiveofourown.org>, 24.06.2019.

20. Resident Evil II/Biohazard RE:2 Steampage, https://store.steampowered.com/app/883710/RESIDENT_EVIL_2__BIOHAZARD_RE2, 15.01.2020.

21. Waybackmachine, <https://archive.org/web/>, 15.01.2020.

22 Archiveofourowns Infrastruktur fungiert oft auf Charakteren und weniger auf Namen des jeweiligen Spiels. So lässt sich die Anzahl der *Fanfictions* zu Resident Evil 2 vor allem über Charakternamen feststellen. Auch hier ein Hinweis auf den Versuch der Fans Fanwerke zu verschleiern und weniger Öffentlich zugänglich zu machen.

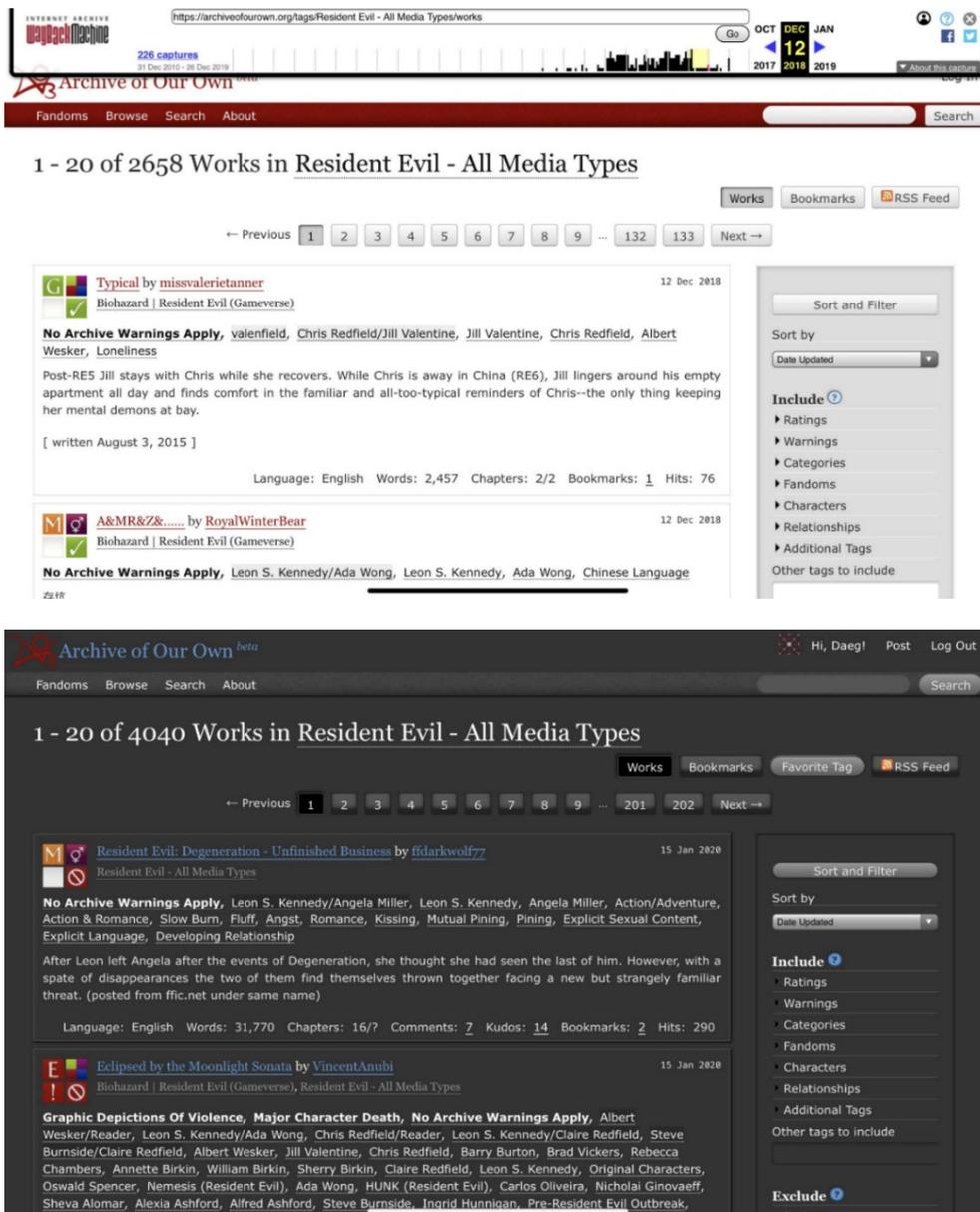


Abbildung 5: Resident Evil Fanfiction damals und heute.

Auf Plattformen wie *Itch.io* finden sich selbst programmierte Spiele, welche auf existierenden Videospiele als Ausgangsmaterial basieren. In dem Beispiel (siehe Abb. 6²³), wurden die NPCs, der Avatar und die grobe Narration des Spiels *Undertale* übernommen, um die Geschichte in einer anderen Form weiter zu erzählen. Auffällig ist hier der deutliche Verweis auf das Ausgangsmaterial *Undertale* und die Betonung, dass das eigentliche Ursprungsspiel zuvor gespielt werden solle. Die Motivation hier, so lässt sich erkennen, ist nicht das Ursprungsmaterial zu ersetzen oder davon abzulenken, sondern die Charaktere in eine neue Narration zu setzen.

23 *Undertale* Fangame *Kissy Cutie*, <https://xocolatl-games.itch.io/undertale-kc>, 24.06.2019.

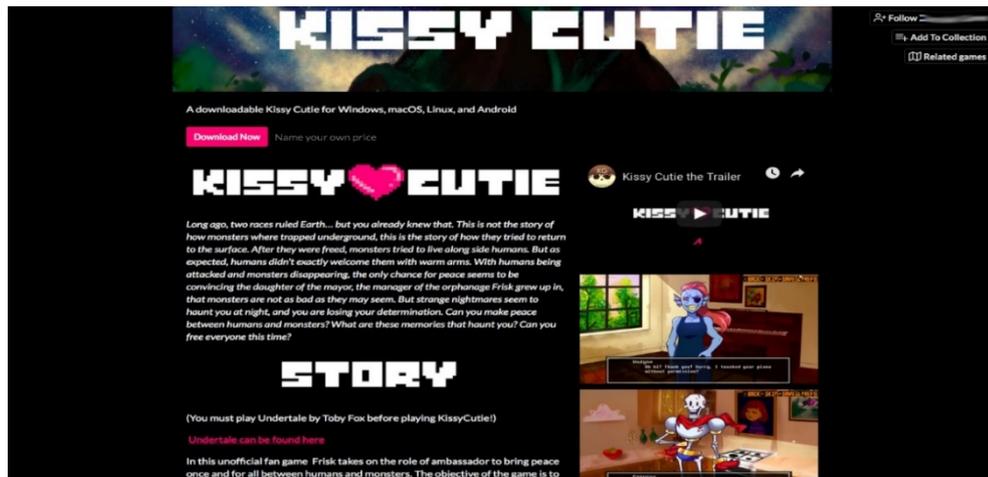


Abbildung 6: Fangame zum Spiel Undertale.

Fans wollen hier nicht mit dem Spiel abschließen, sondern auf ihre eigene kreative Art und Weise dessen Charaktere als Material weiterverarbeiten und damit weiterleben lassen. Dabei lässt sich die Motivation als eine Mischung aus Frustration und Liebe identifizieren, welche den Fans genug Ansporn gibt weiterzuspielen – ganz außerhalb des eigentlichen Videospieles.

Dabei transformieren und verarbeiten Fans das Ausgangsmaterial so sehr, dass sie dabei oft einen Medienwechsel erzeugen: Aus Spiel wird Text, wird Bild, wird Comic und dann wieder Spiel.

2. VOM PUPPENSPIEL ZUM KOMMERZIELLEN MARKT

Der Medienwechsel betrifft jedoch nicht nur die Möglichkeit zur Bearbeitung des Ausgangsmaterials des Computerspiels und seiner Spielfiguren.

I use the term ›platformization‹ to refer to the rise of the platform as the dominant infrastructural and economic model of the social web and the consequences of the expansion of social media platforms into other spaces online.²⁴

Der Wandel von Webseiten zu Plattformen ist insofern signifikant, als sich Plattformen vornehmlich als Werkzeug verstehen lassen. Fans nutzen diese Werkzeuge nicht nur, um sich untereinander auszutauschen, sondern auch um den ökonomischen Aspekt mancher Plattformen zu nutzen.

So lässt sich beispielsweise auf der Plattform *Patreon*²⁵ beobachten, dass Fans die Comics und Fanart der von ihnen ausgewählten Computerspiele auch kommer-

24 Helmond: »The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready«, S. 5.

25 Patreon: Startseite, www.patreon.com, 10.4.2019.

ziell anbieten. *Patreon* ist eine Plattform, welche sich selbst mit den Worten »Patreon powers membership businesses for creators«²⁶ beschreibt und damit bereits deutlich die Position eines Unternehmens einnimmt, welches sich an Künstler und Kreative richtet. Dabei funktioniert *Patreon* mit einem *Paywall* Prinzip, welches Inhalte für Geld in einem monatlichen Abo-Modell freischaltet (vgl. Protokoll 18.12.2018).

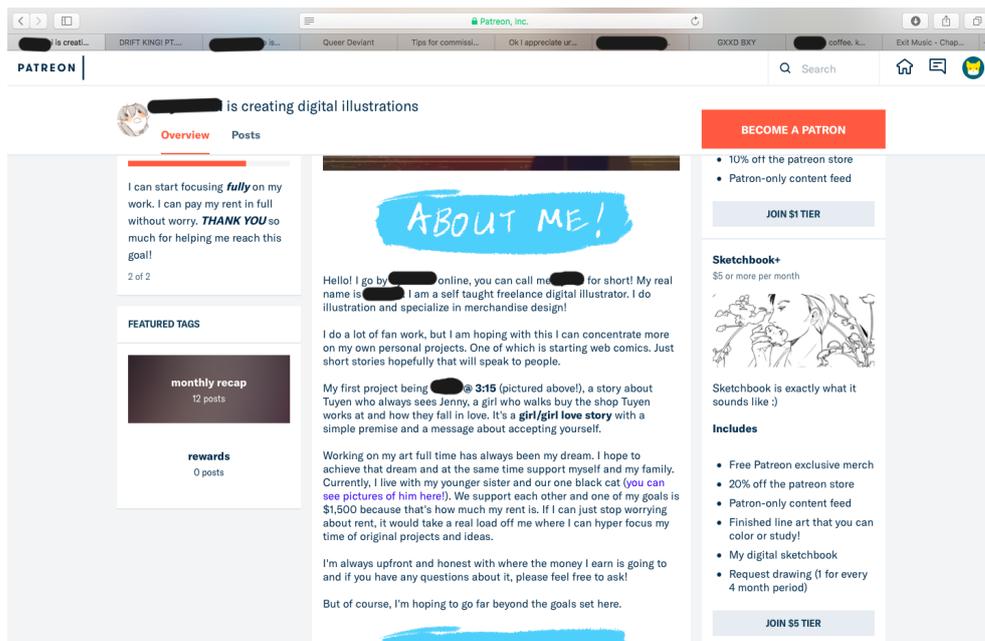


Abbildung 7: Patreon Beispiel.

Zu sehen ist hier (vgl. Abb. 7) ein Beispiel eines *Fan Artists*, welcher unter anderem Bilder und Comics zu Themen wie *Overwatch* und *Dragon Age* anbietet. Zugänglich werden seine Angebote nur, wenn monatlich ein gewisser Betrag an den Illustrator gezahlt wird. Sieht man sich die *Patreon*-Seite des *Fan Artists* jedoch genauer an, dann wird schnell deutlich, dass hier die vornehmliche Motivation in der Finanzierung eines Hobbys liegt, welches wiederum durch die Liebe zu dem entsprechenden Gegenstand und den Spielfiguren motiviert wird.

Zu fragen gilt es jedoch, ob die Kritik an und das Herauslösen von Spielfiguren aus ihrem Kontext eine finanzielle Konkurrenz für Computerspiele darstellen. Beobachtungen²⁷ legen eher das Gegenteil nahe. Faszination für die Spielfiguren hält das *Franchise* über eine längere Zeit am Leben. Auch Jahre später spielen Spieler*innen beispielsweise noch mit den Figuren aus *Skyrim*, produzieren neuen *Content*, *Headcanons*, *Mods* und erforschen die Welt des Spiels und ihr *Lore*, also die Geschichte mit all ihren kleinsten Details, um ihr eigenes Puppenspiel mit mehr Kontexten zu füllen.

26 Patreon: About, <https://www.patreon.com/about>, 16.12.2018.

27 Vgl. Protokoll 18.12.2018.

Auch eine *Playerbase*, die das Spiel eher bemängelt, wie im Beispiel um *Detroit: Become Human* und *David Cage* lässt auf ihren Twitter-Seiten erkennen, dass sie eine parasoziale Beziehung mit den Figuren aufgebaut hat, welche sie trotz aller Kritik dazu bewegt, sich mit dem Spiel zu beschäftigen. Es geht dabei nicht vornehmlich um das Spiel selbst, um die Spieleerfahrung oder die *Achievements*, sondern vielmehr darum, diese Charaktere und ihr Schicksal zu erleben und zu übernehmen. Es lässt sich somit argumentieren, dass selbst die Narration und die Spielwelt nur Mittel zum Zweck sind, um das zu gestalten, was für diese Spieler*innen im Vordergrund steht: die Spielfiguren.

Avatare und NPCs entwickeln sich in den Augen der Spieler*innen zu Figuren, welchen genug Liebe und Mitgefühl entgegengebracht wird, dass sie nicht nur ein, bei Zeiten auch ökonomisches, Eigenleben entwickeln, sondern auch das *Franchise* selbst über eine lange Zeit am Leben erhalten. Spielfiguren werden zu Material, welches frei vom eigentlichen Ausgangsspiel weiter ver- und bearbeitet wird. Frustration und Liebe verschmelzen zu einer Motivation, welche eventuelle Diskrepanzen der ludischen oder narrativen Elemente vermeintlich reparieren oder schlicht darüber hinwegsehen will. Beide Seiten ergeben eine emotionale Komponente, welche stark genug ist, um kreatives Schaffen anzuregen, sei es in Text, Bild oder programmierter Form.

LITERATUR

- Archive of Our Own: Startseite, <https://archiveofourown.org>, 24.06.2019.
- Archive of Our Own: Resident Evil, <https://archiveofourown.org/tags/Resident%20Evil%20-%20All%20Media%20Types/works>, 24.06.2019.
- Busse, Kristina: »The Ethics of Studying Online Fandom« in: Click, Melissa A./Scott, Suzanne. (Hrsg.): *The Routledge Companion to Media Fandom*, New York 2017, S. 27–35.
- Breuer, Franz/Muckel, Petra/Dieris, Barbara: *Reflexive Grounded Theory. Eine Einführung für die Forschungspraxis* (3. Auflage), Wiesbaden 2009/2010/2018.
- Dark Souls Wiki: Dark Sun Gwyndolin, <https://darksouls.wiki.fextralife.com/Dark+Sun+Gwyndolin>, 12.04.2019.
- Headcanon the Shit out of Soulsborne: Startseite, <https://headcanontheshitoutofsoulsborne.tumblr.com>, 24.06.2019.
- Headcanon the Shit out of Soulsborne: Gwyndolin, <https://headcanontheshitoutofsoulsborne.tumblr.com/post/184081115590/gwyndolin-as-a-child-always-loved-to-cook-and>, 24.06.2019.
- Helmond, Anne: »The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready«, in: *Social Media + Society*, Jg. 1, Nr. 2, 2015.
- Jenkins, Henry: *Textual Poachers. Television fans and participatory culture. Updated twentieth anniversary edition*. New York/ London 2013.

SVENJA KAISER

Jenkins, Henry: »Afterword: The Future of Fandom«, in: Gray, Jonathan u.a. (Hrsg.): Fandom. Identities and Communities in a Mediated World, New York 2007, S. 357–364.

Kissy Cutie, <https://xocolatl-games.itch.io/undertale-kc>, 24.06.2019.

Neitzel, Britta: »Involvierungsstrategien des Computerspiels«, in: Gamescoop (Hrsg.): Theorien des Computerspiels zur Einführung, Hamburg 2012, S. 75–103.

Patreon: About, <https://www.patreon.com/about>, 16.12.2018.

Patreon: Startseite, <https://www.patreon.com> Aufgerufen am: 10.4.2019.

Resident Evil II/Biohazard RE:2 Steampage, https://store.steampowered.com/app/883710/RESIDENT_EVIL_2__BIOHAZARD_RE2/, 15.01.2020.

Stein, Louisa Ellen: »Tumblr Fan Aesthetics«, In: Click, Melissa A./Scott, Suzanne. (Hrsg.): The Routledge Companion to Media Fandom, New York 2017, S. 86–97.

Tumblr: Business, www.tumblr.com/business, 15.05.2018.

Tumblr: Startseite, www.tumblr.com, 09.04.2019.

Waybackmachine, <https://archive.org/web/>, 15.01.2020.