

Die Arbeiterspieler – Entgrenzung des Betriebs, Fragmentierung von Arbeitsorganisation und Wandel der Arbeitsidentität.

Oliver Lieven M.A. für die Tagung „Prosumer Revisited: Zur Aktualität der Prosumer-Debatte. Forschungsstand und –perspektiven“ im März 2009, Johann Wolfgang-Goethe-Universität.

Abstract

Computerspieler, die ihr Hobby in eine *fan culture* (Henry Jenkins) eingelagert sehen, gehören zweifellos zu den hart arbeitenden Kunden. Ihr Verhältnis zu den *developern* und *publishern* ist von einer ausgeprägten Erwartungshaltung an die technische und inhaltliche Qualität der Produkte sowie an die Innovativität und Originalität zukünftiger Spiele geknüpft. Darüber hinaus existiert auf Seiten dieser Spieler ein breit gefächertes Expertenwissen über technische Zusammenhänge, *game design*, Nutzungsweisen, Programmierung u.ä. Dieses Wissen organisiert sich zunehmend im Internet in Form von Foren, *newsgroups* und Webportalen. Dieser Wissensbestand umfasst dabei nicht nur Kenntnisse in der Verwendung von Computerspielen, wengleich z.B. die Bereitstellung von Nutzungswissen wie etwa die Veröffentlichung von *walk throughs* einen erheblichen Teil des gesammelten Wissens ausmachen mag. Vielmehr übernehmen Spieler und Spielerinnen als Mitglieder einer Art ausgelagerter Produktionsagentur auch Funktionen, die üblicherweise den Unternehmen selber vorbehalten sind. Dazu zählen von einer fortlaufenden Qualitätssicherung (z.B. durch das Aufspüren, Dokumentieren und Berichterstaten über Programmierfehler, Inkompatibilitäten und *bugs*) über die kreative wie arbeitsintensive Teilnahme an der Fertigstellung von Computerspielen sowie die eigenständige Fehlerberichtigung durch das selbständige Herstellen von *patches* oder Zusatzprogrammen, weiterhin die selbständige Gewährleistung technischen *supports* bis hin zur Abfassung alternativer Handbücher und der Lokalisierung ganzer Spiele. Mittlerweile hat sich darüber hinaus eine mitgliederstarke *community* von so genannten *mods* (=Modifiers) gebildet, die eigenständig Variationen zu bereits existierenden Computerspielen herstellt und im Internet vertreibt sowie Spielabläufe und *interfaces* nach den Wünschen der Kunden verändert, auf diese Weise den Absatz der Produkte unterstützt, wie auch Ideen und Impulse für die Fortsetzung von Spielen (so genannte *add ons*) zur Verfügung stellt. Nicht selten bestehen diese *add ons* ausschließlich aus Ergebnissen der Arbeit der Spieler selbst. Von der Bereitstellung dieser Kenntnisse profitieren die Entwicklungsstudios in vielfacher Weise, weil sie die Kompetenz und Bereitschaft ihrer Kunden als strategisches Kalkül in den Produktionsprozess ihrer Spiele übernehmen können und nicht selten der Einsatz der *mods* und der *supporter* das *shelf life* der Produkte erheblich verlängert.

Eine wichtige Funktion für den Fluss von Informationen zwischen Entwicklungsstudios, *publishern* und Spielern übernehmen dabei die so genannten Beta-Tester. Diese „Probesspieler“, im Produktionsprozess der Spiele für die abschließende Qualitätssicherung und Dokumentation verantwortlich, sind während der Produktion i.d.R. finanziell am schlechtesten gestellt und fungieren als eine Art Übergangsfigur zwischen produzierenden Betrieben und produzierenden Kunden. Sie sorgen dafür, dass sich auf Seiten der Spieler Kompetenzen, Kenntnisse und Organisationsformen anreichern. Dies macht für die Betriebe zusätzliche Anstrengungen (etwa in Form von *community-management*) erforderlich, um die so entstehenden dissidenten Produktionsvorgänge weiterhin kontrollieren zu können.

Ich werde in meinem Vortrag zeigen, welche Art von Arbeit die genannte Gruppe der Spieler am und mit dem Computerspiel verrichtet und welche Form der autonom generierten Arbeitsorganisation sich dabei ergibt. Ich werde erläutern, dass sich die Ware Computerspiel wie kaum eine andere dazu eignet, auf Seiten der Konsumenten ein „verstecktes Bildungsprogramm“ zu initiieren und dass dieses Anlass zu der Vermutung gibt, im Zuge dieses Prozesses könnten neue Formen der Arbeits- und Berufsidentität entstehen. Zuletzt zeige ich, dass die Anreicherung von Experten- und Produktionswissen auf Seiten der Spieler die *developer* und *publisher* dazu veranlasst, das Verhältnis zu ihren Kunden in die Form einer asymmetrischen partizipativen Deliberation zu überführen und damit Max Webers Definition des Kapitalismus als einer „rationalen Organisation (formell) freier Arbeit als Betrieb“ eine entscheidende neue Wendung erhält. So scheinen möglicherweise neue betriebliche Organisationsformen auf, die als „Playful Multitude“ (Greig De Peuter und Nick Dyer-Witheford) oder „Social Factory“ (Tiziana Terranova) beschrieben werden können.

Oliver Lieven, M.A.

IANUS, Technische Universität Darmstadt

Center for interdisciplinary study programs

Dolivostraße 15

64293 Darmstadt

Tel: 06151 – 16 4884

E-Mail: lieven@ianus.tu-darmstadt.de