

Rosa von Suess / Jennifer Biechele / Harald Prochaska / Kerstin Blumenstein / Thomas Ederer /
Andreas Gebesmair

Ein Schwein für einen Tag – Alternate Reality Game aus dem Forschungslab

106 - Aufwachsen in einer crossmedialen Umwelt: neue Formate, neue
Nutzungsformen, neue Kompetenzen

Abstract

Die Vermittlung von integrierter Medienkompetenz ist eine der zentralen Herausforderung für unsere Bildungseinrichtungen. Um zu einem selbstbestimmten Umgang mit digitalen Medien und deren Technologien und Tools befähigt zu werden ist insbesondere der frühe Kompetenzerwerb entscheidend. Das transmediale Kindermedienformat „Ein Schwein für einen Tag“ stellt sich diesen Herausforderungen und bietet für die Zielgruppe der 10–12-Jährigen ein Bildungsangebot für Schulen in Form eines immersiven Medienerlebnisses an, welches durch die maßgebliche Beteiligung der Zielgruppe durchgeführt wird. Das Paper gibt einen Überblick über das Formatkonzept und sein Potenzial für die Entwicklung von Medienkompetenz der so genannten Digital Natives.

Keywords:

Extended Reality, 360 Grad Storytelling, Transmedia, Formatentwicklung

1. Einleitung

Wie lässt sich ein Kinderbuch transmedial, also mittels verschiedener Medien, so erweitern und konterlinear erzählen, dass die Spielerfahrungen 1. Spaß machen, 2. abseits stereotypischer Rollen erlebt werden können, 3. der Mehrwert auf kollektive Lösungen statt einzelner Highscore Leistungen gesetzt wird und 4. Medienkompetenz teamorientiert aufgebaut werden kann? Diesen zentralen Kernfragen stellen sich ForscherInnen rund um die Formatentwicklung im Projekt „TraEX: Transmedia Extensions“ an der Fachhochschule St. Pölten. Ein interdisziplinär agierendes Team aus BewegtbildforscherInnen, DesignerInnen, InformatikerInnen, Videographen und SozialwissenschaftlerInnen am Institut für Creative\Media/Technologies und dem Institut für Medienwirtschaft erarbeitete die Produktionsbibel für ein Alternate Reality Game (ARG).

Im transmedialen Kosmos eines ARGs bildet die Verbindung von haptischen Gegenständen, digitalen und analogen Medien (Informationsträgern) den Rahmen für eine transmediale Spielwelt, in welcher bewusst die Grenzen zwischen Realität und Fiktion verschwimmen. Das ARG bietet so einen geeigneten Raum zur Vermittlung von Medienkompetenz und zur Stärkung der Kollaboration zwischen den einzelnen SpielerInnen, Kleingruppen und fiktiven Charakteren. Die SpielerInnen agieren innerhalb des Spiels kollektiv, kommunizieren und organisieren sich gegenseitig, um gemeinsam

1

komplexe Aufgaben handwerklicher, logischer und kreativer Natur zu bewältigen. So ist z. B. das Bauen einer VR-Brille oder das Gestalten einer (Video-)Bewerbung notwendig. Im Sinne eines multisensorischen Ansatzes des Lernens bildet das Erlebte auch die Basis für den Erwerb spezifischer Medienkompetenzen, die gerade für die Digital Natives einen Mehrwert darstellen. Dieser Mediennutzung wird ein Wissen zur Seite gestellt, welches auch später noch hilfreich sein kann. Ein ausgewogener Spielgenre- und Spieltypenmix ist der Schlüssel, um Kompetenzen und Talente aller TeilnehmerInnen anzusprechen. Die Ergebnisse des Projekts sollen Erkenntnisse liefern, wie gängige Spiele aufgebaut sind, wie sie im schulischen Kontext zur Förderung der Medienkompetenz zum Einsatz kommen können und ob Spiele dieser Art Medienunternehmen dazu anregen können, ihre Produkte plattformübergreifend zu gestalten und dadurch neue Märkte zu erschließen.

2. Zur Logik transmedialen Storytellings

Transmediales Erzählen zeichnet sich im Unterschied zu crossmedialer Mehrfachverwertung (Hess / Schulze 2004, Köhler / Schulze 2004) durch ein hohes Maß an Interaktivität aus. Die RezipientInnen werden in der Regel eingeladen, mit den ProtagonistInnen einer Geschichte über Blogs, Foren und Social Media in Kontakt zu treten und sich mit anderen RezipientInnen auszutauschen. Diese Eigenschaft steht vor allem bei so genannten Alternate Reality Games (ARGs), einer speziellen Form des transmedialen Erzählens, im Vordergrund (vgl. Jenkins 2008, Jenkins 2011, McGonigal 2004, Pratten 2011, Ramusch 2012). ARGs sind eine Art multimedialer Schnitzeljagd, bei der die SpielerInnen eingeladen sind, Hinweise in unterschiedlichen Medien (online und offline) zusammenzutragen und so zu einem neuen und tieferen Verständnis einer Geschichte zu gelangen. Diese von so genannten „Puppetmaster“ moderierten Spiele dauern oft mehrere Wochen und dienen häufig dazu, die Spannung vor einer Filmpremiere zu erhöhen, Fernsehserien zu begleiten oder die Zeit zwischen zwei Staffeln oder Sequels zu überbrücken. Obwohl die bekanntesten ARGs vor allem im Umfeld von Produktionen für Erwachsene entstanden sind (wie z.B. The Matrix, The Dark Knight oder Lost), wird in jüngster Zeit das Potenzial von ARGs auch als Ergänzung und Bereicherung des schulischen Unterrichts ausgelotet (vgl. Alper / Herr-Stephenson 2013, Colvert 2009, Weston 2008). So führte z.B. Angela Colvert von der britischen Roehampton University ein ARG-Projekt mit Kindern in einer Schule durch. Dabei gestaltete eine Klasse von 10- bis 11-Jährigen auf Basis eines Romans ein ARG für jüngere Kinder im Alter von 9 bis 10 Jahren. Die vielfältigen Elemente des ARGs, in denen Hinweise zur Lösung der gestellten Rätsel versteckt waren, enthielten u.a. persönliche Websites jedes Romancharakters, Webcam-Tagebucheinträge, per Post versandte Gegenstände oder Codes usw. Die ProduzentInnen des Spiels schlüpfen dabei in die Rollen der Buchcharaktere, kommunizierten via E-Mail und Messageboards in deren Namen mit den SpielerInnen und gaben Hinweise.

3. Das ARG-Konzept

Das ARG „Ein Schwein für einen Tag“ beruht auf dem noch nicht veröffentlichten Kinderbuch „Weil ein Schwein nicht immer Glück bringt“ von Rosemarie Eichinger. Das Schwein „Penelope“, die zentrale Figur im Buch von Eichinger, kann von den SchülerInnen im Rahmen einer (fiktiven) Aktion in die

2

Klasse eingeladen werden. Für diese Aktion müssen sich die SchülerInnen mit einer kreativen Einreichung (z.B. mit Zeichnungen, einer Geschichte, einem Gedicht, Witz, Video, Fotoroman etc.) bewerben. Am Morgen des angekündigten Besuches verschwindet das Schwein, die zweitägige, multimediale Suche nach dem Schwein beginnt. Dabei stoßen die Kinder in der digitalen Welt auf die Figuren aus dem Kinderbuch, die „transmedial“ zum Leben erweckt werden. So findet sich etwa im Internet ein Blog der Hausgemeinschaft, die im Zentrum des Romans steht. Die SchülerInnen können über Video-Call mit Frau Leitner (der fiktiven Besitzerin des Schweins) in Kontakt treten, lesen Blog-Einträge des verdächtigen, aber letztlich harmlosen Hausmeisters und betreten mittels Virtual-Reality-Brillen die Räume skurriler Hausparteien. Ein unsichtbarer „Puppetmaster“ gibt den SpielerInnen Rätsel auf, die sie gemeinsam lösen müssen. Am zweiten Tag wird das Verschwinden des Schweins aufgeklärt und es taucht schließlich (als Stofftier) in der Klasse auf.

3.1 Spielmechanik und Spieldauer

Die SpielerInnen suchen im Kollektiv nach Hinweisen, um ein verschwundenes Schwein innerhalb einer festgesetzten Zeit zu finden. Aufgeteilt in mehrere Kleingruppen befinden sich die SpielerInnen die meiste Zeit über entweder in Innenräumen ihrer Einrichtung bzw. auf einem zugehörigen überschaubaren Außengelände (Schulhof, Garten, Park). Hinweise ergeben sich aus den Lösungen vorangegangener Rätsel oder werden von einer (fiktiven) Kontaktperson zur Verfügung gestellt. Die Aufgaben fordern Kombinationsfähigkeit, scharfe Beobachtung und Handlungsbereitschaft seitens der SpielerInnen.

Das ARG verwendet Tage als Level-Einteilung, jeder Tag baut auf den Errungenschaften des vorherigen auf. Um das Vorankommen im Spiel zu gewährleisten, kann der/die SpielleiterIn (Puppetmaster) unauffällig Tipps oder zusätzliche Hinweise geben, um ein Weiterkommen zu ermöglichen. Wenn die Gesamtschwierigkeit zu hoch ist, kann die Komplexität der Rätsel gesenkt werden.

Individuelle Stärken der SpielerInnen sollen über unterschiedliche Aufgaben und Medien gefördert werden (Beobachtungsgabe, Genauigkeit bei der Recherche, Kombinationsfähigkeit, kreative Problemlösung, schnelle Auffassung usw.). Die Kommunikation zwischen einem oder mehreren fiktiven Charakteren und den SpielerInnen findet über digitale Kommunikationsmittel (Text-Messages, E-Mail, Videobotschaft) statt. Es werden u.a. Informationen über ein soziales Netzwerk (Blog) offenbart. Hierbei müssen die Daten sorgfältig verarbeitet werden, um Verbindungen herzustellen und Hinweise zu finden. Kombination und Schnitzeljagd sind weitere Elemente in der Spielmechanik.

Das ARG hat eine Dauer von mindestens zwei Tagen und einem Vorbereitungstag.

Der Vorbereitungstag gilt der Vorbereitung auf das ARG und stellt ein (fiktives) Bewerbungsverfahren für die Aktion dar. Dieses Ereignis muss vorab stattfinden und kann zeitlich flexibel entweder z.B. eine Woche vorher bis zu einem Tag vor Spielbeginn angesetzt werden. Dauer und Komplexität der Bewerbung kann individuell von dem/der SpielleiterIn festgesetzt und an die jeweiligen Kompetenzen seiner/ihrer SpielerInnen angepasst werden. Im Anschluss an diese Vorbereitungsphase findet das eigentliche Spiel an 2 aufeinanderfolgenden Spieltagen statt. Die Spieltage haben eine Spieldauer von jeweils 4 Stunden.

3.2 Key Features

Im Fokus des Spiels liegt die Detektiv-Arbeit der SpielerInnen. Viele der im Spiel enthaltenen Aufgaben sind Rätsel, die durch Kombinationsfähigkeit gelöst und am Ende zu einem Gesamtergebnis zusammengesetzt werden müssen. Das Spiel birgt handwerkliche und kreative Aufgaben (z.B. das Bauen einer VR-Brille, das Designen der Bewerbung). Die SpielerInnen müssen sich Medienkompetenzen aneignen, um gestellte Aufgaben lösen zu können.

Kollaboration zwischen den einzelnen SpielerInnen, Kleingruppen und fiktiven Charakteren ist notwendig, um das Gesamtziel zu erreichen. Die SpielerInnen sollen somit kollektiv agieren, sich gegenseitig organisieren und untereinander Hinweise austauschen, um gemeinsam das Rätsel zu lösen (Kollektive Intelligenz).

4. Medienpädagogische Ziele

Wie eingangs erwähnt, soll das Spiel nicht nur unterhalten, sondern im schulischen Umfeld auch für die heute Heranwachsenden wichtige Kompetenzen vermitteln. Diese Aufgabe wird im Rahmen des Spiels auf verschiedenen Ebenen adressiert:

1. *Förderung der Begegnung mit anderen Lebenskonzepten* als den eigenen: Den SpielerInnen wird ein Einblick in den Alltag und privaten Lebensraum der Figuren des ARGs gewährt. Durch diese (Alternate Reality) Begegnungen werden die SpielerInnen mit anderen Lebenskonzepten als den eigenen konfrontiert und zur Reflexion angeregt.
2. *Sensibilisierung für einen sicheren, kompetenten und verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Medien*: durch Auseinandersetzung mit den Kernthemen Cybermobbing und Identity-Theft, Netzsicherheit und digitaler Fußabdruck in sozialen Netzwerken.
3. *Spielerische Erforschung von Zukunftsthemen und der Vergangenheit*: U.a. wird das aktuelle Thema Virtual Reality mit Schere und Klebstoff selbst erarbeitet, um Technologie zu verstehen und zu begreifen. Das Finden eines alten Gebäudegrundrisses ist Teil eines weiteren Rätsels und thematisiert den Wiederaufbau nach 1945.
4. *Allgemeine Stärkung der Medienkompetenz* durch das Kennenlernen, Nutzen und die Reflexion unterschiedlicher digitaler Plattformen und interaktiver Anwendungen. So werden neue Schlüsselkompetenzen für das digitale Zeitalter erworben.
5. *Ungleichheiten in der Medienkompetenz entgegenwirken*: Indem geschlechterstereotyp aufgeladene Bereiche in einen geschlechtsunspezifischen Kontext gesetzt werden, sollen Geschlechterstereotype aufgebrochen werden. Zudem sollen individuelle Unterschiede mittels unterschiedlicher Aufgaben und Medien ausgeglichen werden
6. *Kollaboration und kollektive Intelligenz fördern*. Um das Gesamtziel des Spieles zu erreichen, müssen die SpielerInnen kollektiv agieren, sich gegenseitig organisieren und untereinander Hinweise austauschen, um gemeinsam das Rätsel zu lösen.

Inwieweit diese Ziele erreicht werden können, wird Gegenstand eines umfassenden Tests und einer Begleitevaluierung im Sommer 2016 sein.

References:

- Alper, Meryl / Herr-Stephenson, Becky (2013): Transmediale Welten. Transmediales spielen, Geschichtenerzählen und Lernen verstehen. In: *Television* 26, 45–46.
- Colvert, Angela (2009): Peer Puppeteers: Alternate Reality Gaming in Primary School Settings, <http://www.digra.org/dl/db/09287.19018.pdf>. (22.01.2016)
- Hess, Thomas / Schulze, Bernd (2004): Mehrfachnutzung von Inhalten in der Medienindustrie. In: Altmeyden, Klaus-Dieter / Karmasin, Matthias (Hrsg.): *Medien und Ökonomie*. Bd. 2, Wiesbaden: VS Verlag, 41–62.
- Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.
- Jenkins, Henry (2011): *Transmedia 202: Further Reflections. Confessions of an AcaFan*. http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html (22.01.2016)
- Köhler, Lutz / Hess, Thomas (2004): „Deutschland sucht den Superstar“ – Entwicklung und Umsetzung eines crossmedialen Produktkonzepts. In: *MedienWirtschaft*, 1. Jg., H. 1, 30–37.
- McGonigal, Jane (2004): *Alternate Reality Gaming*, <http://www.avantgame.com/McGonigal%20ARG%20MacArthur%20Foundation%20NOV%202004.pdf> (22.01.2016)
- Marquart, Julia (2010): *Alternate Reality Games als virales Marketinginstrument*. In: Huse, Ulrich/ Schlüter, Okke (Hrsg.): *Stuttgarter Beiträge zur Verlagswirtschaft Band 5*. http://www.hdm-stuttgart.de/mp/stuttgarter_beitraege/200/volltext.pdf (20.01.2016)
- Pratten, Robert (2011): *Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners*. London: CreateSpace.
- Ramusch, Daniela (2012): *Transmedia Storytelling in US-amerikanischen Unterhaltungsproduktionen. Alternate Reality Games als Vermarktungsinstrument*. Masterarbeit FH St. Pölten.
- Weston, Matt (2008): *Puffin Launch Young Bond Alternate Reality Game: "The Shadow War"*, <http://commanderbond.net/5372/puffin-launch-young-bond-alternate-reality-game-the-shadow-war.html> (22.01.2016)