

Website Review
Game Culture - Thinking about computer games
Hg. Sue Morris
■ www.game-culture.com

von Anja Rau

Sue Morris setzt sich für ihre Website www.game-culture.com ein ambitioniertes Ziel: eine Informationszentrale für Games Studies. Bisher scheitert die Site jedoch an der Aufgabe, "the best of the current writing on computer games", "research and news items that are of significance for the gaming community" und "links and information on the computer game industry" zu sammeln. Als private Website bietet Game Culture jedoch einen eigenständigen Blick auf Computergames und Game Studies und vor allem die Sammlung zu "Games & Gender" ist empfehlenswert. Der Beitrag beginnt mit der Frage, wie eine online Ressourcen-Sammlung zu rezensieren sei. Als Alternative kann direkt in die Rezension eingestiegen werden.

Metatext - Rezension

0 - 1 - 2 - 3 - 4

Website-Review Game-Culture

Anja Rau

▲ 0 - 1 - 2 - 3 - 4

Thinking About Websites

Bei dem Versuch eine Website zu rezensieren, stellt sich schnell die Frage, in wie weit Technik und Design dieser Site in die Rezension miteinfließen sollen. Die digitale Literatur-Szene in Deutschland tendiert bekanntermaßen dazu, bei digitalen Texten vom Trägermedium zu abstrahieren und nur den "reinen Text", den Inhalt zu betrachten. Aber reicht das? Was ist dieser reine Inhalt? Und vor allem: Wo hört er auf und wo beginnt das (zu vernachlässigende) Medium?

Die Rezension eines Artikels, einer Zeitschriftenausgabe (ob online oder offline) oder einer Monographie wird sicher vor allem den Inhalt und auch die Auswahl und Zusammenstellung des Inhalts berücksichtigen. Papierqualität und Typographie sind getrost zu vernachlässigen. Doch schon Kunstbände oder Handbücher machen eine Ausnahme: Bei bestimmten Buchtypen spielt die Gestaltung in ihrer Ästhetik und/oder Funktionalität durchaus eine Rolle.

Bei einer Website wie *Game Culture*, die Informationen sammelt und zur Verfügung stellt, machen Qualität und Auswahl der verlinkten Artikel nur einen (nicht einmal den größten) Teil des Gesamtbildes aus. Mindestens ebenso wichtig ist die Darbietung der Inhalte. Ein Beispiel: Ein Online-Buchhändler erfasst die über seine Website zu beziehenden Titel in einer Datenbank. Diese Datenbank enthält zu jedem Buch die Einträge Titel, AutorIn, Verlag, Erscheinungsjahr, Genre, Altersgruppe, Kurzrezension. Diese Merkmale werden für jeden ausgewählten Titel auf der Website angezeigt. Man kann also sagen, dass die Website und das Angebot des fiktiven Buchhändlers auf relevanten Informationen und großem Know-How aufbaut. Wenn nun aber die angebotenen Titel nur über eine Suchfunktion zu finden sind und diese Suchfunktion nur nach Titel und/oder AutorIn sucht, dann geht ein großer Teil dieses Know Hows für die Nutzer verloren - zum Beispiel die Möglichkeit, nur in Krimis oder Kinderbüchern zu suchen oder sich vor der Bestellung über den Inhalt eines Buchs zu informieren. Im Internet gibt es nur das, was auch auffindbar ist, und eine Website ist immer nur so gut wie ihr Interface.

Das Design einer Website ist also maßgeblich für ihren Erfolg. Mit Erfolg meine ich dabei nicht (nur) kommerziellen oder Publikumserfolg, sondern vor allem erfolgreiches Vermitteln und Zurverfügungstellen von Informationen. Und mit Design meine ich nicht bunte Farben und lustige Bildchen, sondern Informationsdesign, Usability, Nutzerführung.

Allerdings handelt es sich bei der zu betrachtenden Website *Game Culture* nicht um die Abschlussarbeit einer Webdesignerin. Seltsamer Code, Resizing-Probleme, unterschiedliche E-Mail-Adressen für ein-und-dieselbe Herausgeberin oder Patzer beim Datum des letzten Update seien darum am Rande erwähnt, sollen aber nicht weiter in die folgenden Überlegungen einfließen.

0 > 1 - 2 - 3 - 4

Website-Review Game-Culture

Anja Rau

▲ 0 - 1 - 2 - 3 - 4

Thinking About www.game-culture.com

Game Culture macht es zunächst schwer festzustellen, nach welchen Maßstäben und Kriterien diese Site sinnvoll rezensiert werden kann. Erst ein Klick auf den zweiten Punkt der Hauptnavigation gibt Ziel und Intention der Site preis:

"a central information resource for academics, developers, gamers and others interested in the significance of computer games as a cultural phenomenon."

Game Culture ist eine Ressourcensammlung, die Beiträge zu Computerspielen und zur Computerspiele-Kultur sammelt, ohne dass die Herausgeberin ernsthaft editorisch tätig wird. Die Herausgeberin Sue Morris sammelt was sie für "die besten" Beiträge in anderen Publikationen hält und gibt Interessenten gleichzeitig die Möglichkeit, eigene Titel anzumelden, die allerdings keinem Review-Prozess unterzogen werden. Dazu kommen Calls for Papers, Linklisten und eine Liste von Game Researchers, die allerdings weder sortiert noch verschlagwortet ist.

Die Startseite von *Game Culture* enthält neben der Hauptnavigation, die natürlich schon einen gewissen Überblick über das Angebot darstellt, nur eine Liste mit "News", d.h. Abstracts und Links zu aktuellen und von Morris für "best" befundenen Texten zum Thema Computerspiele, aktuelle CFPs etc. Für den seltenen oder Erst-Besucher werden Ziel und Zweck dieser Site also nicht klar. Der Titel "Game Culture" erweckt nur vage Assoziationen: die Lebenswelt von Menschen, die spielen; die kulturwissenschaftliche Betrachtung von Spielen; Spiele als Kulturgut ... Der Untertitel "Thinking about computer games" grenzt zumindest das Genre ein. Aussagekräftiger wäre aber sicher ein Titel wie "Game Culture - The Resource Center for Computer Games Studies" - hiermit wären der Seitentyp, das Genre des Untersuchungsgegenstands und die akademische Ausrichtung der Site griffig benannt.

Dabei ist es durchaus üblich, die neuesten Beiträge einer Informations-Site auf der Startseite herauszustellen. Für Stammgäste bietet die Indexseite von *Game Culture* mit ihrer Beschränkung auf die News wahrscheinlich auch genau das, was sie bei jedem Besuch als erstes sehen möchten: die letzten Neuigkeiten. Generell sollte eine Startseite jedoch die Site positionieren, neuen Besuchern das Angebot nahe bringen und für wiederkehrende Besucher Neues bieten. Mit einem ökonomischeren Layout und einigen Überlegungen zur Datenerfassung ließe sich dies problemlos bewerkstelligen.

Website-Review Game-Culture

Anja Rau

▲ 0 - 1 - 2 - 3 - 4

Navigation / Design / Funktionalität

Game Culture besteht aus rund einem Duzend statischer HTML-Seiten. Der für Games-Sites typische schwarze Seitenhintergrund ist sicher Geschmackssache - in Verbindung mit dem dunklen Rot des Titels, den kontrastarmen Grafiken rechts und links des Titels und den dunklen Button-Hintergründen in der Hauptnavigation machen die Seiten jedoch einen unübersichtlichen und unzugänglichen Eindruck. Ein heller Hintergrund, ggf. kleinere Schriften und ein dreispaltiges Layout würden die Site leichter und übersichtlicher machen. Vor allem wäre es mit einem derartigen, für Informations-Sites üblichen Design möglich, die Startseite in mehrere Bereiche zu unterteilen: eine Begrüßung mit Positionierung der Site, Neuheiten, Quick-Zugänge zu den Hauptbereichen etc.

Die Site-Struktur und Untergliederung der Inhalte ist überzeugend: Die Hauptnavigation bildet (fast) auf einen Blick die Bereiche "About Game Culture" - "Join GC Mail List" - "GC Features" - "Online Articles" - "Journal Articles" - "Game Books" - "Game Researchers" - "Conferences" - "Game News Sites" - "Game Industry" und "Archives" ab. Diese Bereiche entsprechen weitgehend den Informationsbedürfnissen von "academics, developers, gamers" - wünschenswert wären allenfalls noch Spiele-Rezensionen und Jobs. Vor allem fehlt eine Suchfunktion, welche die gesamte Site seitenübergreifend abdeckt.

Generell würde es den Nutzwert von Game Culture weit steigern, wenn die Beiträge strukturiert erfasst und dynamisch in die entsprechenden Seiten geladen würden. Dadurch wäre zu vermeiden, dass (wie es zur Zeit der Fall ist), die auf der Startseite unter "News" erfassten Artikel auf den Seiten "Online Articles" oder "Journal Articles" nicht zu finden sind, sondern nur chronologisch sortiert im Archiv landen. Sinnvoller wäre es, Beiträge direkt in die jeweiligen Kategorien einzuordnen und die jeweils drei oder fünf neuesten automatisch auf der Startseite anzuzeigen.

Schade ist, dass alle Links im aktuellen Fenster geöffnet werden. Wer einem Link nachgeht, verliert *Game Culture* unweigerlich aus den Augen. Besonders ärgerlich ist das, weil die Abstracts auf der Startseite neben dem Link zum jeweiligen Text auch weiterführende Links enthalten. Dieses assoziative Wegspringen von Themen passt nicht zu einem "Information Center", das wahrscheinlich zu einem Großteil von zielorientierten NutzerInnen aufgesucht wird.

Website-Review Game-Culture

Anja Rau

▲ 0 - 1 - 2 - 3 - 4

Inhalt

Sue Morris sammelt in *Game Culture* the best of the current writing on computer games

- research and news items that are of significance for the gaming community
- links and information on the computer game industry.

Die Beiträge werden zum Teil von Morris selbst eingestellt, können aber auch eingereicht werden.

Leider wird an keiner Stelle klar, nach welchen Kriterien die Beiträge bewertet werden, woraus sich dieses "best" konstituiert. Durch den Kontrast zu den News bzw. dem News-Archiv werden die Bereiche "Online Articles", "Journal Articles" und "Game Books" zu einer Art Hall of Fame, die den Eindruck erweckt, hier müssten nur die besten, empfehlenswertesten oder kanonischen Texte zu finden sein. Aber auch hier bleibt völlig offen, nach welchen Kriterien die Titel zusammengestellt wurden. Bei "Journal Articles" und "Game Books" werden die Nutzerinnen aufgefordert, Neuerscheinungen anzumelden - warum das bei "Online Articles" nicht der Fall ist, wird nicht klar. "GS Features" scheint noch einmal besonders interessante Beiträge herauszustellen - aber auch was das Feature von den anderen Einträgen unterscheidet, bleibt Morris' Geheimnis.

Dazu kommt die mangelnde Aktualität der Beiträge. Die Feature-Seite enthält drei Einträge, der neueste ist vom März 2001, der älteste vom Juni 1998. Auch wenn es durchaus lobenswert ist, der knappen Halbwertszeit in der digitalen Welt mit akademischen Tempi gegenüberzutreten, erscheint *Game Culture* an dieser Stelle doch arg veraltet, sprich: vernachlässigt. Im News-Bereich auf der Startseite fällt dies noch unangenehmer auf. Während die Archive von 2000 und 2001 noch in 3-Monats-Blöcken zusammengefasst wurden, enthält die aktuelle Newsliste 28 Einträge, von denen der neueste zwar vom 18.02.2002 stammt, also tatsächlich neu ist, der älteste Beitrag ist jedoch vom 18.07.2001 datiert - fast ein Dreivierteljahr alt. In der Liste enthalten sind Ankündigungen von Konferenzen, die längst stattgefunden haben und CFPs, deren Deadlines lange verstrichen sind.

0 - 1 - 2 - 3 > 4

Website-Review Game-Culture

Anja Rau

▲ 0 - 1 - 2 - 3 - 4

Zusammenfassung

Game Culture ist die private Website einer Game Studies Person und als solche auf meiner Favorites-Liste.

Sue Morris sammelt - wenn auch eklektisch - Beiträge in der jungen Disziplin der Games Studies. *Game Culture* ist keinesfalls die ultimative und erschöpfende Ressource-Site mit dem umfassenden Einblick in Game Studies und Game Culture, die Morris laut "About Game Culture" schaffen wollte. Aber ist das überhaupt ein realistisches Ziel? Robert Kendall wagte das Experiment im Bereich der Electronic Literature und begann 1997 auf seiner [Site Word Circuits](#) ein "Directory of hypertext and cybertext authors and publishers" aufzubauen. In seinem Artikel "Stalking the Wild Hypertext: The Electronic Literature Directory" (SIGWEB Newsletter, Vol. 9, No. 1, Feb. 2000 oder online unter http://www.wordcircuits.com/comment/htlit_7.htm) beschreibt Kendall die Probleme, die dieses Projekt mit sich brachte: "Now the problem was not finding the work but keeping up with it." Das Word Circuits Directory wurde letztendlich in das [Electronic Literature Directory](#) der [Electronic Literature Organization](#) überführt. Es wird einerseits von einigen Mitarbeitern betrieben und bietet andererseits die Möglichkeit für AutorInnen, sich und ihre Texte / Werke online einzutragen. Eine derartige Ressource selbst für eine junge Disziplin wie Game Studies aufzubauen, wie Sue Morris das anscheinend plant, ist sicher für eine Einzelperson nicht zu leisten.

Als private Homepage betrachtet bietet *Game Culture* jedoch einen frischen und eigenständigen Blick auf Computer Games und Computer Game Studies. In regelmäßig-unregelmäßigen Abständen hier vorbeizuschauen ist auf alle Fälle lohnenswert und die NutzerIn findet immer wieder Beiträge, die ihr anderswo nicht begegnet wären. Besonders interessant wird Game Culture dadurch, dass Sue Morris eine der wenigen ForscherInnen ist, die sich mit computerspielenden Frauen / Gaming und Gender auseinandersetzt. Die Bereiche "Online Articles", "Journal Articles" und "Game News Sites" haben zu diesem Thema eigene Unterkapitel, die als kleine Einstiegsportale sehr zu empfehlen sind.

[home](#)