

H. Reiterer & O. Deussen (Hrsg.): Mensch & Computer 2012
München: Oldenbourg Verlag, 2012, S. 193-202

Soziale Umgebung Online-Welt – Gestaltungsfaktoren virtueller Räume

Lars Schlenker

Medienzentrum, TU Dresden

Zusammenfassung

Virtuelle Welten orientieren sich häufig in ihrer Gestaltung an realweltlichen Vorbildern, zu denen auch konkrete Bezüge zum architektonischen Raum und seinen Typologien gehören. Damit verknüpfte Angebote werden allerdings erst vor dem Hintergrund ihrer sozialen Konnotationen lesbar. Der Beitrag greift diesen Aspekt auf und thematisiert die Gestaltung virtueller Räume für die soziale Interaktion am Beispiel des Multi User Virtual Environment (MUVE) *Second Life*. Vor dem Hintergrund grundsätzlicher Problemstellungen der Online-Kommunikation werden die Möglichkeiten und Wirkungen sozialräumlicher Kontextualisierung anhand von Online-Welten und -Umgebungen vorgestellt. Darauf aufbauend stellt der Beitrag die Ergebnisse einer Untersuchung vor, bei der Studierende der Universität Duisburg-Essen unterschiedlich gestaltete Räume in *Second Life* für die eigene Gruppenarbeit nutzten.

1 Einleitung

Online-Umgebungen sind zu Orten der sozialen Begegnung und des gegenseitigen Austauschs geworden. Dabei entstehen Kontaktsituationen, deren effektive Nutzung von der Kommunikationsbereitschaft der Beteiligten abhängt. Kommunikation selbst ist nicht nur das wechselseitige Senden von Botschaften, sondern ein komplexer Prozess einer sozialen Handlung, der die Wirklichkeitskonstruktionen und somit die sozialen ebenso wie die nicht-sozialen Handlungsweisen der Beteiligten beeinflusst (Döring 2003). Der Face-to-Face-Kommunikation wird, aufgrund von Hör- und Sichtbarkeit des Gesprächspartners, eine hohe soziale Qualität zugesprochen. Kommunikation findet dabei auf der Basis von verbalem sowie non-verbalem Austausch statt und enthält dementsprechend umfangreiche sozio-emotionale Informationen. Im Gegensatz handelt es sich bei der computerbasierten Kommunikation um einen Austausch zwischen Personen, die sich nicht gleichzeitig und gemeinsam an einem Ort bzw. in einem Raum aufhalten. Die gegenseitige Wahrnehmung der Akteure aber ist eine Grundvoraussetzung für das Entstehen von sozialer Interaktion und kommunikativer Handlungsfähigkeit innerhalb der computerbasierten Kommunikation (Tu 2002).

2 Soziale Kontexte virtueller Räume

In virtuellen Welten findet eine Kontextualisierung des Kommunikationshintergrunds über die zur Verfügung stehende Umgebung selbst statt. Der Hintergrund der Kommunikation wird u. a. über persistente Welten erzeugt, die sich in ihren Konzepten auf kulturell tradierte Regeln und Strukturen der realen Welt beziehen. Darin enthaltene Bezüge zum architektonischen Raum sind Ausdruck einer strukturellen und kulturellen Kontextualisierung. Raum als sichtbarer Ausdruck gebauter Umwelt erfüllt, vor dem Hintergrund konkreter Motive und Bedürfnisse, bestimmte Zwecke und Funktionen seine architektonische Form, die raumbildenden Artefakten und Elementen ihre funktionale Struktur und ästhetische Gestaltung zuweist, erhält auf der Basis eines konkreten Gebrauchswerts Denotationen im sachlichen und greifbaren Sinne. Eine Analyse des Raumes lässt sich allerdings nicht auf die Beschreibung seiner materiellen Erscheinung beschränken, sie stellt nur eine von mehreren Möglichkeiten der räumlichen Wahrnehmung dar. Ein erweiterter Raumbegriff berücksichtigt, neben seiner materiellen Erscheinung, auch seine soziale Konstruiertheit. Der Grad seiner erfolgreichen Aneignung und Nutzung definiert den sozialen Gebrauchswert der architektonischen Form. Alle mit der architektonischen Form verknüpften sozialen Konnotationen, Sinnzuschreibungen und Semantiken beruhen auf diesem Gebrauchswert. Architektur, als bewusst gestaltete und gleichzeitig semantische und sichtbare Struktur des Raumes, wird zu einem Symbol sozialer Ordnung (Herlyn 1990), das raumbezogenes Handeln ermöglicht und unterstützt. Wiedererkennbare Konnotationen sind dieser Ordnung allerdings nicht allein auf der Basis korrekter Funktionserfüllung eingeschrieben. Grundlage ihrer Interpretation sind Raumvorstellungen, die, mit ihren Artefakten, Markierungen und Distanzen, nicht angeboren oder automatisch von der Form übertragen werden, sondern Produkt eines Sozialisations- und Lernprozesses sind (Bär 2008).

Zu ihnen sind auch spezifische Erwartungshaltungen zu zählen, die in Bezug auf räumliche Situationen und Kontexte auftreten, mit denen Personen beim Betreten eines Raumes oder Gebäudes konfrontiert werden. Ein Vortragsraum evoziert anhand seiner architektonischen Gestaltung, wie u. a. seiner Kubatur, seiner Farben sowie seiner raumbildenden Artefakte und Elemente, wie z.B. die Art und Anordnung der Ausstattung, andere soziale Kontexte, Funktionen, Inhalte und Akteure als ein privater Arbeitsraum. Rogge spricht in diesem Zusammenhang von einem „sozialen Kommunikationsakt mittels Architektur“ (Rogge et al. 1973, S.138). Er kommt zustande, weil Gebäude eine Bedeutungshaftigkeit besitzen und damit mehr als nur „physikalische Signale“ (Rogge et al. 1973, S.138ff) sind. Die daraus erwachsenden Abhängigkeiten zwischen architektonischer Gestaltung sowie räumlicher Ausstattung und sozialisierten sowie kulturalisierten Erwartungshaltungen in Bezug auf soziale Handlungsangebote und Kontexte können auch als „sozialräumliche Muster“ (Schlenker 2012, S.19ff) bezeichnet werden. Muster, die durch spezifische Gestaltungs- und Ausstattungsmerkmale erzeugt werden und die einen wiedererkennbaren Rahmen für soziale Handlungen vorgeben bzw. ihre Regeln bestimmen.

Die Nutzer sprachstrukturierter früher Online-Umgebungen, wie textbasierter Multi User Dungeons (MUD), suchten spezielle räumliche Typologien, wie Pubs und Bars, gezielt für soziale Kontakte und zum gemeinsamen Austausch im Sinne von *Third Places* (Oldenburg,

1991) auf. *Third Places* sind öffentliche Orte, an denen Menschen sich, abseits häuslicher und beruflicher Verpflichtungen, treffen und austauschen können. Sie werden von Menschen aufgesucht, um Kontakte zu knüpfen, sich in vertrauter Runde zu treffen und vom Alltag zu erholen. Online-Umgebungen, wie MUVES und Online-Spiele, wie Massively Multiplayer Online Role-Playing Games (MMORPG), besitzen wesentliche Merkmale von *Third Places* (Ducheneaut et al. 2007). Sie sind wie physisch reale *Third Places* neutrale Orte, die jeder Besucher ohne Einschränkung aufsuchen und verlassen und an denen er sich in Echtzeit frei bewegen kann. Online-Umgebungen besitzen zudem Leveler-Funktionen. Innerhalb ihrer Grenzen spielen individuelles Ansehen und realer Status der Beteiligten nur eine ungeordnete Rolle. Die virtuelle Imagination von informellen Orten, die wie Pubs und Bars, ist daher als Teil eines sozialen Konzepts zu sehen, das dem Besucher von Online-Welten ein zweites Zuhause oder im Sinne der *Third Places* nach Oldenbourg (1991) ein *home away from home* anbieten möchte.

3 Zur Gestaltung virtueller Räume in Second Life

3.1 Fragestellung

Es ist davon auszugehen, dass, obwohl das Erleben und die Aneignung von Räumen in virtuellen Welten nicht identisch zu ihren physisch realen Vorbilder vonstattengeht, die Wahrnehmung ihrer Merkmale vor dem gleichen sozio-kulturellem Hintergrund stattfindet. Die unterschiedlichen Erscheinungsformen des Raumes im Internet können demzufolge nicht losgelöst von ihren sozialen Implikationen betrachtet werden. Dies gilt im besonderen Maße für sozial ausgerichtete Online-Welten und -Umgebungen, die, anstatt auf das Erreichen spielerischer Ziele, auf die Förderung sozialer Kontakte ihrer Teilnehmer¹ ausgerichtet sind. Dreidimensionale Multi User Virtual Environments (MUVES), wie u. a. *Second Life*, bieten, aufgrund der Möglichkeit Gebäude und Räume einschließlich ihrer Ausstattung sehr realistisch und grafisch detailliert abzubilden, erweiterte Möglichkeiten der Bezugnahme auf den gebauten Raum. Sie können sich direkter auf Merkmale real gebauter Umgebungen beziehen, als ihre frühen textbasierten und grafisch einfachen Vorgänger. Dazu gehört auch die Bezugnahme auf bekannte räumliche Typologien und die mit ihnen verknüpften sozialräumlichen Muster. Räume können für Kommunikationsanlässe gezielt erzeugt oder entsprechend ihrem sozialräumlichen Design ausgesucht werden. Es stellt sich die Frage, ob Zusammenhänge zwischen gezielt gestalteten virtuellen Räumen und dem Verhalten der Beteiligten bei ihrer Nutzung und Wahrnehmung im Rahmen medial vermittelter Kommunikations- und Kollaborationssituationen hergestellt werden können. Werden virtuelle Räume aufgrund

¹ Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird davon abgesehen, geschlechtsspezifisch differenzierende Formulierungen bzw. stets weibliche und männliche grammatische Formen nebeneinander aufzuführen. Stattdessen wird stets nur die männliche grammatische Form (als Genus) verwendet, wobei beide Geschlechter (als Sexus) gemeint sind.

ihres sozialräumlichen Designs gezielt gewählt, vergleichbar realer *Third Places* oder ist ihre Gestaltung ohne Belang für ihre Aneignung? Im Rahmen der Untersuchung wurde davon ausgegangen, dass die Leveler-Funktion virtueller *Third Places* nicht allein in der reduzierten sozialen Präsenz ihrer Nutzer begründet ist. Stattdessen verweist ihre spezifische Benennung und Beschreibung häufig auf niedragschwellige Angebote, die dem Anliegen der Nutzer entsprechen. Sie sind auf der Suche nach einem Ort zum Ausspannen, zum Treffen von Freunden oder zum Kennenlernen Anderer. In der real existierenden Welt finden vergleichbare Aktivitäten u. a. in Räumen von Clubs und Bars statt. Sie sind niedragschwellige Angebote real gebauter Umwelt. Ihre Gestaltung folgt spezifischen gestalterischen Regeln, die auch Vorgaben zur Strukturierung sozialer Interaktionen beinhalten.



Abbildung 1: Raum A (Meeting Room)

3.2 Die Räume der Untersuchungsumgebung

Zur Untersuchung der dargelegten Fragestellung wurden verschiedene virtuelle Räume konzipiert. Aufgrund der hohen Verfügbarkeit sowie der Flexibilität beim Errichten und Gestalten von Gebäuden und Räumen wurde das MUVE *Second Life* als Untersuchungsumgebung ausgewählt. Die für die Untersuchung genutzten Räume wurden auf dem European University Island errichtet. Dabei handelt es sich um ein *Second Life* Island auf dem das Duisburg Learning Lab der Universität Duisburg-Essen neben anderen Universitäten mit einem virtuellen Campus vertreten ist. Alle erzeugten Räume waren in ihrer technischen Ausstattung identisch und boten den gleichen Umfang an Werkzeugen für die netzbasierte Kommunikation und Kollaboration. Die Merkmale ihrer Unterscheidung lagen in ihrer Authentizität, d. h. Nähe von räumlicher Physik und Logik zu realen Räumen, ihrer zweckorientierten Gestaltung vor dem Hintergrund ihres Einsatzes als Gruppenarbeitsraum sowie der von ihnen erzeugten Interpersonalität, wie sie u. a. durch die Gestaltung und Anordnung der Sitzordnung Einfluss auf die Nähe und Stellung der Avatare zueinander nimmt. Zwei der Räume (Raum A, siehe Abb. 1 und Raum B, siehe Abb. 2) orientierten sich in Authentizität, Gestaltung und erzeugter Interpersonalität an konkreten Raumtypologien, wie sie in ähnlicher Form in der real gebauten Umwelt vorkommen, und damit an bekannten sozialräumlichen Mustern.



Abbildung 2: Gruppenarbeit in Raum B (Sky Lounge)

Raum A folgte der Gestaltung und Ausstattung von Konferenz- und Beratungsräumen. Entsprechend seiner Nutzung für zielgerichtete Arbeitsaktivitäten und formelle Anlässe war Raum A sachlich gehalten, auf eine markante oder auffällige Farbgebung wurde verzichtet. Im Gegensatz dazu orientierte sich Raum B an Räumen der Freizeit, die nicht zum Zweck zielgerichteten Arbeitens aufgesucht werden. Raum B sollte ein Ort sein, an dem eine entspannte Atmosphäre und ein ungezwungener Umgang vorherrschen. Seine Gestaltung erinnerte an eine Bar oder eine Lounge. Die Anordnung der Sitzgelegenheiten folgte diesem informellen und zwanglosen Charakter. Verschiedene dezentrale angeordnete Sitzbereiche luden zum Verweilen bzw. zum Treffen von anderen Nutzern ein, ohne eine geschlossene Kommunikationssituation zu erzeugen.



Abbildung 3: Gruppenarbeit in Raum C (Water Lab)

Neben der Nachbildung real bestehender Räume bieten Online-Welten aber auch die Möglichkeit ungewöhnliche oder fremdartige Räume zu entwickeln, die mit sozialisierten und kulturalisierten Raumbildern nur schwer in Übereinstimmung zu bringen sind und sich damit auch gegen raumbezogene Erwartungshaltungen richten. Der dritte Raum (Raum C, siehe Abb. 3) entsprach hinsichtlich seiner Authentizität und Gestaltung keinem real existierenden Raum und war damit keiner bekannten räumlichen Typologie direkt zuzuordnen. Die Anordnung seiner Raumausstattung aber knüpfte konzeptionell an real existierende Gruppenarbeitsräume an. Seine futuristischen Sitzmöglichkeiten waren kreisförmig im gleichen Abstand angeordnet und befanden sich im Zentrum des Raumes. Distanz schaffende Ausstat-

tungselemente, wie ein zentraler Tisch in Raum A, fehlten vollständig. Durch das Vermeiden von Barrieren und Hierarchien und einen sehr direkten gegenseitigen Bezug der Avatare, bot er einen forciert niedrigschwelligen Rahmen für die gemeinsame Arbeit an.

3.3 Methodisches Vorgehen

Beim verwendeten Untersuchungsdesign handelte es sich um eine einfache Querschnittsanalyse. Das dafür gewählte multimethodische Vorgehen kombinierte online durchgeführte Gruppendiskussionen mit einer anschließend durchgeführten individuellen Befragung per Fragebogen. Bei der Auswahl der Stichprobe wurde daher darauf geachtet, dass die Teilnehmer bereits Erfahrungen in der Online-Kommunikation vorweisen konnten, um ihnen den Einstieg in die neue Kommunikationsumgebung und das Richten ihrer Wahrnehmung auf die dreidimensionalen Umgebungsmerkmale des MUVES zu erleichtern. Die Stichprobenauswahl erfolgte dementsprechend ad-hoc als Gelegenheitsstichprobe unter Studierenden des Masterstudiengangs Educational Media am Lehrstuhl für Wissensmanagement und Medien Didaktik der Universität Duisburg-Essen. Bei diesem Studiengang handelt es sich um ein berufsbegleitendes Online-Studienprogramm mit Präsenzanteil, bei dem Kollaboration und Kommunikation in unterschiedlichen webbasierten Umgebungen fester Bestandteil der gemeinsamen Gruppenarbeit ist und regelmäßig stattfindet. Insgesamt nahmen von 22 eingeladenen Teilnehmer 21 an der Untersuchung teil, davon 10 Frauen und 11 Männer unterschiedlichen Alters. Die Untersuchung fand im Zeitraum von November 2009 bis Mai 2010 statt. Die daran beteiligten sechs Lerngruppen waren im Rahmen ihrer studienbezogenen wöchentlichen Gruppenarbeit im Rahmen des Masterstudiengangs Educational Media der Universität Duisburg-Essen aufgefordert, eine Auswahl an verschiedenen Orten der inneren Welt von *Second Life* aufzusuchen. Sie hatten im Anschluss Gelegenheit, ihre Eindrücke anhand von mediendidaktischen Fragestellungen zu diskutieren, ihre Ergebnisse in einem gemeinsamen Dokument festzuhalten und zu präsentieren. Für die gemeinsame Kommunikation bei der Bearbeitung und Präsentation ihrer Ergebnisse standen den Lerngruppen die bereits beschriebenen drei unterschiedlichen Räume innerhalb von *Second Life* zur Verfügung.

Das Erkenntnisinteresse lag entsprechend der genannten Fragestellung auf Zusammenhängen zwischen dem Design und der Ausstattung von Räumen im dreidimensionalen MUVE *Second Life* und ihrem Einfluss auf die Wahrnehmung in Hinsicht auf Situationen, in denen eine soziale Kooperation notwendig ist. Für eine intersubjektiv nachvollziehbare Analyse des daraus gewonnenen Materials kam die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring zur Anwendung. Die Gruppendiskussionen wurden aufgrund der Nähe zum Untersuchungsgegenstand online durchgeführt. Für Diskussionen stand in der Untersuchungsumgebung neben dem textbasierten Chat ein Audio-Chat zur Verfügung. Es fanden insgesamt sechs Online-Gruppendiskussionen statt, die in den Räumen der Entwicklungsumgebung in *Second Life* durchgeführt wurden. Der dabei zu Anwendung kommende Leitfaden enthielt Fragen, die die Eindrücke der Teilnehmer bei der Raumnutzung, die Kriterien und Merkmale, auf deren Basis eine Beurteilung der angebotenen Räume zustande kam, sowie die Relevanz der Anordnung der beteiligten Avatare erhoben. Zentrales Ziel der Gruppendiskussionen war es, die Wahrnehmung und Bewertung der Räume durch die Teilnehmer sowie die Anforderungen, die zu ihrer Akzeptanz oder Ablehnung führten, transparent zu machen.

3.4 Die Ergebnisse der Gruppendiskussionen

Bei der Auswertung der Aussagen aus den Gruppendiskussionen wurde deutlich, dass die Teilnehmer vor allem darauf bedacht waren, einen Raum auszuwählen, der den gemeinschaftlichen Austausch unterstützte. Vor allem drückte sich dies im Wunsch der Teilnehmer nach einer geeigneten räumlichen Atmosphäre aus. Akzeptanz kam vor allem durch einen Raum zustande, dessen Gestaltung und Ausstattung eine angenehme Atmosphäre erzeugte. Auf die geplante Gruppenarbeit im Rahmen der Untersuchung bezogen, bedeutete dies für die Teilnehmer ein Umfeld, in dem sie sich wohlfühlten und das von allen Beteiligten als angenehm und ungezwungen empfunden wurde. In Folge dessen ist davon auszugehen, dass virtuelle Räume durch den konkreten Verweis auf spezifische sozialräumliche Muster ein zusätzliches Leveler-Merkmal erhalten und schneller im Sinne von *Third Places* akzeptiert werden. Raum B mit einem direkten Bezug auf informelle Raumtypologien erhielt, neben Raum C, dementsprechend von den Teilnehmern hinsichtlich seiner allgemeinen Gestaltung die meiste Zustimmung. Dabei wird deutlich, dass sozialräumliche Muster auf der Basis sowohl von sprachlichen als auch visuellen Typologiebezügen wirksam werden. Wo textbasierten Online-Umgebungen lediglich eine sprachliche Bezugnahme zur Verfügung stand, können in MUVES, wie *Second Life*, Räume und ihre Ausstattung in allen Teilen dreidimensional nachgebildet werden. In Verbindung mit der Möglichkeit, sie aktiv in der First-Person-Perspektive erleben zu können, erzeugen aber auch räumliche Gestaltungen, die sich nicht an bekannten Raumtypologien orientieren, eine spezifische ortsgebundene Atmosphäre. So erlebten einige Teilnehmer die Atmosphäre des typologisch undefinierten Raumes C, während ihrer Nutzung im Rahmen der Gruppenarbeit, als sehr vertraulich und intim („kuschlig“).

Unter Ansprüchen an das Atmosphärische des Raumes können auch Aussagen eingeordnet werden, die Forderungen von Teilnehmern nach angemessenen Arbeitsbedingungen bzw. einer geeigneten Arbeitsatmosphäre beinhalteten. Die entsprechenden Aussagen richteten sich sowohl für als auch gegen die Verwendung des Raumes A für die Gruppenarbeit. Einerseits drückt sich in dieser Haltung die Ablehnung eines sozialräumlichen Musters aus, das durch seinen sehr direkten Bezug auf bekannte Arbeitsräume, wie Beratungs- oder Konferenzräume, einen formellen Rahmen erzeugt. Andererseits steht eine Befürwortung seines Einsatzes in Übereinstimmung mit seiner neutralen und jeglicher Gefühlsbedeutung beraubten Gestaltung, die in der real gebauten Umwelt überall dort zu finden ist, wo Arbeitsprozesse durch einen geeigneten räumlichen Rahmen unterstützt werden sollen. Raum A wurde aus den zuerst genannten Gründen von den Teilnehmern allerdings mehrheitlich abgelehnt. Gleichzeitig erfuhr Raum B eine deutlich verminderte Akzeptanz aufgrund einer Ausstattung, die die Erfordernisse der Gruppenarbeit ignorierte. Kritisiert wurden vor allem die offenen Sitzanordnungen, die im Gegensatz zu den Räumen A und C ein Gegenüber aller am Gespräch Beteiligten verhinderten.

3.5 Fazit

Virtuelle Räume in Online-Welten, wie dem Multi User Environment *Second Life*, werden anhand vorhandener Raumerfahrungen und dem damit verbundenen Wissen wahrgenommen.

Bei aller Faszination für die gestalterischen Möglichkeiten und Freiheiten, die in MUVES, wie *Second Life*, für die Entwicklung von virtuellen Räumen zur Verfügung stehen, erscheint es daher sinnvoll, in der Praxis der Online-Kommunikation und -Kollaboration an bestehendes räumliches Wissen und darauf basierende Vorstellungsbilder anzuknüpfen. Die Präsenz räumlicher Erfahrungen, die in der täglichen Raumpraxis ständiger Bestätigung und Anpassung unterworfen sind, schafft die Voraussetzung für die Akzeptanz von entsprechend kontextualisierten Online-Räumen und damit für die Unterstützung von Gruppenprozessen durch eine geeignete räumliche Atmosphäre. Dies gilt besonders für den Einsatz von virtuellen Räumen durch Nutzer, die vergleichbar den Teilnehmern an der vorgestellten Erhebung, nur geringe Erfahrungen im Umgang mit Online-Welten besitzen. Ihnen werden mit ungewöhnlichen und neuartigen Raumstrukturen zusätzlich zur ungewohnten Kommunikationsumgebung Zugangshürden und Verständnisprobleme zugemutet. In einer unreflektierten Nachbildung real gebauter Umgebung - auch das zeigen die Ergebnisse der Untersuchung - liegen allerdings keine Garantien für die Akzeptanz von virtuellen Räumen. Ihre Übereinstimmung in Authentizität, zweckorientierter Gestaltung und erzeugter Interpersonalität mit Räumen real gebauter Umwelt ist dafür aber nicht zwingend notwendig. Innerhalb der vorgestellten Untersuchung steht Raum C für die Möglichkeit Räume und Ausstattungen zu erzeugen, die losgelöst von den Bedingungen und Einschränkungen real gebauter Umwelt räumlich eigenständige Wirkungen entfalten. Der unter Wasser gelegene gläserne Raum folgte keiner bekannten Typologie direkt, koppelte sich aber, was die Struktur seiner räumlichen Gestaltung betraf, von in der Realität gemachten sozialen Raumerfahrungen nicht vollständig ab. Auf einen durch wenige futuristische Gestaltungs- und Ausstattungselemente gebildeten kreisrunden Sitzkreis reduziert, wurde er von den Teilnehmern als „beruhigend“ und „informell“ erlebt.

Der Wert von Online-Welten in Bezug auf Kommunikations- und Kollaborationsprozesse hängt demzufolge nicht allein davon ab, in und mit ihnen real gebaute Umwelt authentisch ab- bzw. nachbilden zu können. Wirksam als Symbole einer sozialen Ordnung werden stattdessen, unabhängig von der Gestaltung des Raumdesigns und seiner Ausstattungselemente einfache, generische Konfigurationen, wie sie sich innerhalb von sozialen Situationen gebildet und bewährt haben und einfach wiedererkannt werden können. In der Architektur wurden vergleichbare Konfigurationen zuerst von Christopher Alexander definiert und für die Entwicklung einer umfassenden Sammlung von Musterlösungen (Pattern) zusammengetragen (Alexander 1977). Vergleichbare Zusammenstellungen existieren inzwischen auch für die computervermittelte Interaktion (Schümmer & Lukosch 2006). In der vorliegenden Untersuchung ist es vor allem die runde Sitzanordnung der Avatare, die sich als ein Gestaltungsfaktor im Sinne eines *Patterns* nach Alexander (1977) identifizieren lässt. Vor dem Hintergrund der Möglichkeit über realitätsnah gestaltete Avatare, die sich vollkörperlich frei im virtuellen Raum bewegen können und über begrenzte mimische Mittel verfügen, sich an der Online-Kommunikation zu beteiligen, steigt das Interesse der Teilnehmer an einer sozialen Kontrolle des Gegenübers. Fast alle Teilnehmer an den Gruppenveranstaltungen hatten das starke Bedürfnis, ihre Avatare für den gemeinsamen Austausch in einer geschlossenen Kreisform anzuordnen. War dies wie in Raum B sitzend nicht möglich, platzierten einzelne Teilnehmer ihren Avatar stehend gegenüber denen der Gesprächsteilnehmer. Durch die Zugewandtheit der Avatare in der runden Anordnung versicherten sich die Teilnehmer ihrer gegenseitige

Aufmerksamkeit und behielten gleichzeitig die Stellung, Gesten und Mimik der anderen Avatare über die First-Person-Perspektive im Blick („Es war gut, dass jeder jeden sehen konnte.“). Die allgemeine räumliche Gestaltung der virtuellen Räume wurde dagegen von den Teilnehmern vor allem anhand seiner Fähigkeit bewertet, eine informelle Atmosphäre zu erzeugen. Dies schlug sich auch in der deutlichen Ablehnung bekannter formeller Typologien (Raum A) nieder. Offen bleibt, ob veränderte Anwendungskontexte und Online-Veranstaltungen, bei denen sich im Gegensatz zu den Gruppentreffen im Rahmen des Masterstudiengangs Educational Media einander unbekannte Personen begegnen, auch zu veränderten Präferenzen bei der Raumauswahl führen. Aufgrund dessen setzt eine übertragbare Definition der allgemeinen räumlichen Gestaltung virtueller Räume im Sinne eines Entwurfsmusters innerhalb von MUVes, wie *Second Life*, weitere Untersuchungen voraus.

Literaturverzeichnis

- Alexander, C. (1977). *A Pattern Language: Towns, Buildings, Construction*. New York: Oxford University Press.
- Bär, P. K.-D. (2008). *Architektur-Psychologie: Psychosoziale Aspekte des Wohnens*. Gießen: Psycho-sozial-Verlag.
- Döring, N. (2003). *Sozialpsychologie des Internet: die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen: Hogrefe.
- Ducheneaut, N., Moore, R. J. & Nickell, E. (2007). Virtual “Third Places”: A Case Study of Sociability in Massively Multiplayer Games. *Computer Supported Cooperative Work* 16, pp. 129-166.
- Herlyn, U. (1990). Zur Aneignung von Raum im Lebensverlauf. In Bertels, L. & Herlyn, U. (Hrsg.): *Lebenslauf und Raumerfahrung* (S. 7-34). Opladen: Leske + Budrich.
- Oldenburg, R. (1991). *The great good place: cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*. New York: Marlowe & Company.
- Rogge, F., Weber, O. & Zimmermann, G. (1973). *Architektur als Kommunikationsmittel*. Weimar: *Schriftreihe der Hochschule für Architektur und Bauwesen Weimar*.
- Schlenker, L. (2012). *Soziale Kontextualisierung von symbolischen Lern- und Arbeitsräumen am Beispiel des dreidimensionalen Multi User Virtual Environment Second Life*. Dissertation. Universität Duisburg-Essen.
- Schümmer, T. & Lukosch, S. (2007). *Patterns for Computer-Mediated Interaction*. Chichester: Wiley.
- Tu, C.-H. (2002). The Measurement of Social Presence in an Online Learning Environment. *International Journal on E-Learning* 1(2), 34-45.