

Spätestens seit den 1990er Jahren sind Bildschirmspiele zu einem integralen Bestandteil der Lebenselementen Jugendlicher avanciert. Eingedenk der nachhaltigen Popularität und ökonomischen Relevanz dieser virtuellen Unterhaltungsmedien ist das Ziel der vorliegenden Untersuchung, Bildschirmspiele als soziokulturell motivierte sowie marktstrategisch organisierte Aggregationen eines zeitgenössischen *Erlebnismanagements* auszuweisen, welches sich im Spannungsfeld von kollektiven wie individuellen Selbstverwirklichungsphantasmen auf der einen und von ökonomischen Selbsterhaltungs- bzw. Profilierungskalkülen auf der anderen Seite entfaltet. Elektronische Spiele lassen sich insofern als produktbezogene Vergegenwärtigungen hypothetisch für wirksam erachteter und faktisch nachgefragter *ästhetischer Orientierungen* begreifen, die im Rahmen dieser Arbeit in ihren Weltbildimplikationen rekonstruiert und analysiert werden.

Mit der thematischen Fokussierung und der daraus notwendig erwachsenen interdisziplinären Ausrichtung dieser Untersuchung, die soziologische, spieltheoretische, semiotische, narratologische und bildwissenschaftliche Forschungsansätze systematisch integriert, nimmt diese Forschungsarbeit eine eigenständige Position im kulturwissenschaftlichen Diskurs der *game studies* ein und erbringt den Nachweis, dass phantastische Bildschirmspielwelten keinesfalls aus der „Realität“ der (Spät-)Moderne hinausführen, sondern sich umgekehrt vielmehr als radikale Kolporteurin kulturell favorisierter Wirklichkeitsentwürfe und gesellschaftlicher „Normalitäten“ erweisen.