

Jeffrey Wimmer

Massenphänomen Computerspiele

**Soziale, kulturelle und
wirtschaftliche Aspekte**

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Jeffrey Wimmer

Massenphänomen Computerspiele.

Soziale, kulturelle und wirtschaftliche Aspekte

Köln: Halem, 2017

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2017 Herbert von Halem Verlag, Köln

Zuerst erschienen im UVK Verlag, Konstanz, 2013 (978-3-86764-088-6)

ISBN (Print) 978-3-7445-0083-8

ISBN (PDF) 978-3-7445-0085-2

Titelfoto: Istockphoto Inc.

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Schanzenstr. 22, 51063 Köln

Tel.: +49(0)221-92 58 29 0

E-Mail: info@halem-verlag.de

URL: <http://www.halem-verlag.de>

Inhalt

Vorwort	7
1 Einleitung	9
2 Was sind Computerspiele?	13
2.1 Definition und Charakteristika	13
2.2 Geschichte und Genres	16
2.3 Online-Spielwelten	28
3 Computerspieler und Computerspielen	35
3.1 Theoretische Perspektiven	35
3.2 Wer spielt wann was warum?	46
3.3 Computerspielen als Unterhaltungserleben	56
3.4 Alltag, Körper, Mediatisierung und Computerspiele	60
3.5 Computerspiele als soziales Spiel.....	66
3.6 Computerspielkulturen	71
4 Wie wirken Computerspiele?	79
4.1 Kontexte und Transferleistungen.....	79
4.2 Zur Gewaltwirkung von Computerspielen	88
4.3 Exzessives Computerspielen als Teil digitaler Medienkultur	93
4.4 Serious Games und das Vermittlungspotenzial von Computerspielen	102
4.5 Der soziale Wert mediatisierter Spielwelten	110

5	Computerspieleindustrie	123
5.1	Marktüberblick	123
5.2	Spieleentwicklung.....	134
5.3	Spieleentwickler	137
5.4	In-Game-Werbung.....	145
6	Ausblick	149
6.1	Individuelle und gesellschaftliche Implikationen.....	149
6.2	Anstöße für die weitere Computerspielforschung	156
 Anhang		
	Glossar.....	163
	Spielverzeichnis	169
	Abkürzungen	173
	Bildnachweis.....	175
	Zitierte Literatur	177
	Kommentierte Literatur.....	191
	Links.....	197
	Index.....	201

Vorwort

Das vorliegende Buch bündelt sowohl theoretische als auch empirische Einzelstudien zu einem Ansatz, der vor allem die sozialen und alltagskulturellen Aspekte des Computerspiels fokussiert. Im Unterschied zu einem eher engeren Wirkungsverständnis oder gar einer technikedeterministischen Vorstellung macht diese Analyseperspektive den Bezug aktueller Computerspielnutzung zu einem übergreifenden Wandel von Kommunikations- und Medienkulturen deutlich. Der Titel des Buches verweist auf ein Kernargument meiner Argumentation: Computerspiele sind nicht (mehr) nur als ein Unterhaltungsmedium sondern auch – und das in einem zunehmenden Maße – als ein Massenmedium und damit auch als ein Kulturgut zu verstehen. So können beispielsweise die mediatisierten Erlebniswelten im Rahmen vernetzten Computerspiels aufgrund ihrer vielfältigen und komplexen Möglichkeiten sowohl für interpersonale als auch für gruppenbezogene und damit (teil-)öffentliche Kommunikation als hybride Kommunikationsräume verstanden werden. Diese Kommunikationsräume sind ein integraler Bestandteil des Medienmenüs weiter Teile des Publikums geworden. Vor diesem Hintergrund wird die kritische Analyse der sozialen, kulturellen, wirtschaftlichen und gar auch politischen Bedeutung von Computerspielen gerade auch aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive eine zentrale Herausforderung für die aktuelle und zukünftige Gestaltung unserer Mediengesellschaft.

Mein Dank geht an erster Stelle an das Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau, das mir diese Studie überhaupt ermöglicht hat, indem es 2008 das Wagnis einging, eine Juniorprofessur zu den „Sozialwissenschaftlichen Aspekten digitaler Spiele und virtueller Welten“ einzurichten. Neben Andreas Hepp, Jörg Müller-Lietzkow und Jens Wolling ist vor allem Thorsten Quandt zu danken, der mich seit Beginn meiner kommunikationswissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Computerspielen stets mit Rat und Tat unterstützt hat. Rüdiger Steiner (UVK) und Manuel Neunkirchen haben mich bei der Erstellung dieses Buches großartig und geduldig unterstützt. Gewidmet ist das Buch meinem Vater, der mir zu Beginn der 1980er Jahre nicht nur mein erstes Computerspiel (*Intellivision*) geschenkt hat, sondern mir in seiner kritischen aber dennoch lebensbejahenden Weltsicht stets ein Vorbild war.

Nürnberg, im April 2013

Jeffrey Wimmer

1 Einleitung

Computerspiele sind mittlerweile ein allgegenwärtiges, gar globales Phänomen von großer sozialer, kultureller, technologischer und wirtschaftlicher Bedeutung. Sie haben in den letzten vier Jahrzehnten rasch an Popularität gewonnen und sich aktuell zu einem bedeutenden Teil der Unterhaltungsbranche entwickelt. Games, ob online oder offline gespielt, ziehen inzwischen nicht nur Kinder und Jugendliche in ihren Bann, sondern zunehmend auch Erwachsene. Es wird geschätzt, dass aktuell bis zu eineinhalb Milliarden Menschen regelmäßig Computerspiele spielen. Prägnant postuliert der Computerspielforscher Jesper Juul (2009: 9) daher die gesellschaftliche Omnipräsenz des Phänomens Computerspielen: „To play video games has become the norm; to not play video games has become the exception.“

Dieser Erfolg der Computerspiele und die große Lust des Menschen am (Computer-)Spielen kann auf zwei grundlegende Faktoren zurückgeführt werden: Zum einen ist der Spieltrieb des Menschen ein angeborenes Sozialverhalten und zählt zu den ältesten Kulturtechniken. Spielphilosophen wie Johan Huizinga oder Roger Caillois verdeutlichen in ihren Kulturanalysen, dass Spielen nicht nur eine der zentralen Aktivitäten in unserem Alltag darstellt, sondern auch, dass das Spielen untrennbar mit unserer Sozialisation und Identität verbunden ist. Huizinga prägt hierfür das zum Schlagwort avancierte Menschenbild des „Homo Ludens“. Zum anderen hat sich unser Alltag zu einem (digitalen) Medienalltag gewandelt. Wie selbstverständlich erscheint uns der intensive Gebrauch der verschiedenen modernen Kommunikationsmedien wie Internet, Mobiltelefone oder eben auch Computerspiele. Die Mediatisierung der Gesellschaft und die Digitalisierung der Medientechnologien sind dabei auf das Engste miteinander verknüpft. So ist der „mobile“ Mensch von heute zum großen Teil „online“ – u. a. zum Kommunizieren, um sich zu informieren, um soziale Beziehungen aufrecht zu erhalten, zum Arbeiten oder um Unterhaltung und Spaß zu finden. Wie einschlägige Studien zur Online-Kommunikation zeigen, gilt diese Gegenwartsdiagnose gerade für Jugendliche, deren Leitmedium klar das Internet und dessen verschiedene Unterhaltungs- und Kommunikationsformate sind. Aber auch in Bezug auf andere gesellschaftliche Gruppen ist zu konstatieren, dass Unterhaltungsmedien generell immer wichtiger werden, wie es u. a. auf gesamtgesellschaftlicher Ebene die Zunahme der Fernsehnutzung in den letzten zehn

Jahren zeigt. Von dieser Entwicklung profitiert die dahinter stehende Unterhaltungsindustrie – allen voran die Computerspieleindustrie – immens.

Wir Menschen tummeln uns daher immer mehr auf einer rasch zunehmenden Zahl von Online-Spielplätzen und virtuellen Welten. Computerspiele – so kann man als Zwischenfazit ziehen – gehören mittlerweile zu denjenigen Kommunikationsmedien, mit denen wir an gesellschaftlichen Zusammenhängen teilhaben. Diese Kommunikationsräume sind ein integraler Bestandteil des Medienmenüs der heutigen Heranwachsenden geworden. Im Spezifischen bedeutet das auch, dass sie ein ernstzunehmender Sozialisationsfaktor und -mittler für die Persönlichkeitsentwicklung geworden sind. Computerspielwelten prägen die Gesellschaft daher nicht nur aufgrund des Ausmaßes ihrer Nutzungsreichweite, sondern auch hinsichtlich ihrer Bedeutungs- und Sinngehalte. Beschäftigt man sich daher mit den sozialen, kulturellen und ökonomischen Aspekten digitaler Spiele, dann ist nicht so sehr die bedeutende Frage „ob, sondern wie sich soziales Handeln der Individuen und die Formen des Zusammenlebens der Menschen auch durch das Potenzial des Computerspielens langfristig verändern.“ (Krotz 2009: 37) Vor diesem Hintergrund wird die kritische Analyse der gesellschaftlichen Bedeutung von Computerspielen gerade auch aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive eine zentrale Herausforderung für die aktuelle und zukünftige Gestaltung unserer Mediengesellschaft.

Auf große Resonanz in der Öffentlichkeit stößt vor allem die Debatte über das sucht- und gewaltfördernde Potenzial von Computerspielen. Als Prototyp interaktiver Unterhaltungsangebote, so die oft geäußerten Bedenken, seien sie reine Zeitverschwendung, besäßen wenig Tiefgang und würden bei intensiver Nutzung zu körperlichen Defiziten führen. So wird oft postuliert, dass das Verschwinden von real (körperlich) erfahrbaren Widerständen in den virtuellen Erlebniswelten der Computerspiele u. a. die sinnliche Erfahrung, Empathie und das emotionale Engagement der Computerspieler grundsätzlich mindere. Eine Hauptursache könnte darin liegen, dass eine aktive Auseinandersetzung mit der Umwelt und der persönliche soziale Austausch – verstanden als Formen der Realitätskontrolle – nicht stattfinden würden. Die Begegnung mit den Mitmenschen in den zahlreichen und hoch frequentierten Computerspielwelten – so eine andere oft geäußerte Sorge – sei nicht nur beliebig und austauschbar und völlig den Kontexten der Spielregularien unterworfen, sondern der Rückgang der körperlich erfahrbaren direkten Interaktion könne auch die Identität der Spieler¹ gefährden. Idealtypisch für diese Position diagnostiziert der Phänomenologe

¹ Zugunsten einer besseren Lesbarkeit wird ausschließlich die maskuline Form verwendet. Es sind allerdings stets beide Geschlechter angesprochen.

Thomas Fuchs (2010) aus theoretischer Perspektive eine dysfunktionale Entkörperung der Erfahrung (Disembodiment) im Rahmen „virtueller Realitäten“. Diese sei aus phänomenologischer Perspektive (1) als eine Entsinnlichung persönlicher Erfahrungen, (2) eine Phantomisierung der Wirklichkeit und (3) eine Scheinpräsenz des Menschen charakterisierbar, was grundsätzlich u. a. der Suchtentwicklung und nicht-sozialen Einstellungen Vorschub leiste.

Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht erscheinen diese Blickwinkel eingeschränkt, denn hinter der häufig verwendeten Bezeichnung „Computerspiel“ verbirgt sich ein weitaus facettenreicheres und damit komplexeres Kommunikations- und Medienphänomen, das nicht allein auf die vermutete kanalreduzierende Wirkmächtigkeit seiner medientechnologischen Grundstruktur reduziert werden kann. Auch die öffentliche Wahrnehmung von Computerspielen hat sich in letzter Zeit stark gewandelt. Kinder und Jugendliche, die in den späten 1970er und frühen 1980er Jahren in Zeiten des „Videogame Craze“² aufwuchsen, sind mittlerweile in ihren Dreißigern und Vierzigern und geben das ehemalige Lieblingshobby an ihre Kinder weiter. Mit diesem Generationenwechsel ist auch ein Perspektivwechsel verbunden. Seit 2008 sind Computerspiele in Deutschland auch in die Liste der Kulturgüter aufgenommen, der Bundesverband der Entwickler von Computerspielen (G.A.M.E.) befindet sich als Vertreter der Computerspielindustrie im Deutschen Kulturrat. Angesichts dieses Wandels sollte es keine Überraschung sein, dass Computerspiele heute einen festen Platz in öffentlichen Diskursen einnehmen und zunehmend in gesellschaftlichen wie kulturellen Bereichen anerkannt werden, in denen sie bisher keine Rolle zu spielen hatten. So sind beispielsweise Besprechungen aktueller Computerspiele mittlerweile keine Seltenheit im Feuilleton gesellschaftlicher Leitmedien wie der *Süddeutschen Zeitung* oder der *FAZ*.

Noch nicht sehr lange wird die Medien- und Kulturgeschichte der digitalen Spiele wissenschaftlich untersucht, zum Teil auch nur in Ansätzen. Der Kommunikationswissenschaftler Dmitri Williams führt hierzu aus: „The video-game industry (...) remains largely ignored by communication studies scholars. Studies by historians and sociologists are also notably absent.“ (Williams 2003: 523) Zunehmend wird das Phänomen Computerspiel allerdings in allen seinen Schattierungen wissenschaftlich diskutiert. Dieses Buch möchte dazu einen Beitrag leisten. Es kann dabei natürlich nicht auf alle, recht vielfältigen Dimensionen eingehen, sondern beschränkt sich vor allem auf die sozialen und alltagskultu-

² So charakterisiert der Spieljournalist Steven Kent (2001) den Zeitraum, in dem Computerspiele erstmalig auf den Markt kamen und für viele Menschen der ‚letzte Schrei‘ im Bereich der Unterhaltungselektronik waren.

rellen Aspekte des Computerspielens. Es soll dadurch natürlich nicht die in Einzelfällen exzessive Nutzung von Computerspielen mit schwerwiegenden psychischen wie physischen Folgen (vgl. ausführlich Kapitel 4.3) in Abrede gestellt werden, sondern vielmehr die Komplexität und damit die potenziell soziale Ergebnisoffenheit des Phänomens Computerspielen dargestellt werden. Hierin zeigt sich deutlich die Faszination und zugleich auch die Macht des neuen Leitmediums.

Das Buch unterteilt sich in mehrere Abschnitte, in denen kommunikationswissenschaftliche und andere wissenschaftliche Befunde sowie die deutsche und internationale Diskussion zum jeweiligen thematischen Bereich zusammengeführt werden. Es ist als Einführung gedacht, um interessierten Lesern einerseits einen Einblick in den Forschungsbereich Computerspiele und dessen Schlüsselkonzepte zu ermöglichen und andererseits um die notwendigen Hintergrundinformationen für das Verständnis der aktuellen Debatte um den sozialen, kulturellen und ökonomischen Stellenwert von Computerspielen zu liefern. Das Buch beginnt mit einer Darstellung zentraler Charakteristika von Computerspielen, deren Entwicklungsgeschichte, Genres und Darstellungsformen. Diese eher technik- und inhaltsgetriebene Darstellung beschreibt den Rahmen für die darauffolgende Charakterisierung der heutigen Spielerschaft (Kapitel 3), die bunt und vielfältig zusammengesetzt ist. Hier werden auch die Gründe beleuchtet, warum das Computerspiel von kultureller und sozialer Wichtigkeit ist und zunehmend als eines der Leitmedien unserer heutigen Mediengesellschaft betrachtet werden kann. Besonders deutlich wird diese Entwicklung an dem Aufkommen vielfältigster Spielergemeinschaften und den zahlreichen Online-Erlebniswelten, die Räume für soziale Interaktion und Identitätsbildung bieten. Das darauffolgende vierte Kapitel greift die aktuelle gesellschaftliche und politische Diskussion um Computerspiele auf und diskutiert u. a. die Effekte von Gewaltdarstellungen in Computerspielen, aber auch die vielfältigen Lern- und Sozialisationsprozesse im Rahmen virtueller Erlebniswelten und deren sozialen Wert. Der ausführliche Blick auf die Computerspieleindustrie (Kapitel 5) und die Darlegung einer sinnverstehenden Analyseperspektive auf das Phänomen Computerspiele (Kapitel 6) runden das Buch ab. Ergänzend finden sich im umfangreichen Anhang u. a. eine kommentierte Literaturliste sowie weiterführende Linkhinweise.