



# Digitaler Spieltrieb

Computerspiele wurden in kurzer Zeit zum Massenmedium

JEFFREY WIMMER

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.

**G**ames, ob online oder offline gespielt, ziehen nicht nur Kinder und Jugendliche in ihren Bann, sondern zunehmend auch Erwachsene. Es wird geschätzt, dass aktuell bis zu zwei Milliarden Menschen regelmäßig Computerspiele spielen. So kann man seit knapp zehn Jahren die gesellschaftliche Omnipräsenz des Phänomens Computerspielen diagnostizieren. Auch für Deutschland gilt, dass Games mittlerweile für einen Großteil der Bevölkerung ein integraler Bestandteil des Medienmenüs sind. Großproduktionen wie Grand Theft Auto haben nicht nur zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung eine weitaus größere Tagesreichweite als etablierte Radiostationen.

Dieser Erfolg der Computerspiele und die große Lust des Menschen am (Computer-)Spielen kann auf zwei grundlegende Faktoren zurückgeführt werden: Zum einen hat sich unser Alltag zu einem (digitalen) Medien-

alltag 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.

Der „mobile“ Mensch von heute ist zum großen Teil „online“ – 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 für andere gesellschaftliche Gruppen werden Internetformate wie WhatsApp

immer wichtiger. Von dieser Entwicklung profitiert die dahinter stehende Medien- und Unterhaltungsindustrie immens – allen voran die Computerspieleindustrie. Allein die deutschen Game-Unternehmen setzen 2015 gut 2,8 Milliarden Euro um, deutlich mehr als die Musikindustrie mit nur 1,5 Milliarden.

Zum anderen ist der Spieltrieb des Menschen ein angeborenes Sozialverhalten und zählt zu den ältesten Kulturtechniken. Die Klassiker der Spieltheorie veranschaulichen, dass das Phänomen „Spiel“ seit jeher eine wesentliche Quelle menschlicher Selbsterfahrung ist. Aus dieser Perspektive erscheint der Akt des Spielens als elementarer Bestandteil der menschlichen Kultur. Spielen besitzt die Macht, kulturelle Prozesse anzustoßen und auf sie einzuwirken. 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 für heutige Heranwachsende ein integraler Bestandteil des Medienmenüs geworden. Im Spezifischen bedeutet das auch, dass sie ein ernstzunehmender Faktor der Sozialisation und Vermittler für die Persönlichkeitsentwicklung geworden sind. Die Welten der Computerspiele prägen die Gesellschaft daher nicht nur aufgrund des Ausmaßes ihrer Nutzungsreichweite, sondern auch hinsichtlich ihrer Bedeutungs- und Sinngehalte.

Als Zwischenfazit kann hier festgehalten werden, dass es sich bei Computerspielen um weit mehr als nur um eine softwarebasierte Sonderform und damit Weiterentwicklung klassischer Spiele handelt, die auf elektronische Ein- und audiovisuelle Ausgabegeräte angewiesen sind. Ihr digitaler Charakter hat zur Folge, dass das Spielerlebnis in einer mediatisierten Spielwelt stattfindet und dass die Interaktion mit dem Spiel sowie oftmals die Kommunikation mit den Spielpartnern medial vermittelt erfolgt.

Ein prototypisches Beispiel sind die verschiedenen virtuellen Interaktions- und Kommunikationsräume der Online-Spielwelten, die das Bewusstsein ihrer Spieler und Spielerinnen auf vielfältige Weise prägen. Das gilt für ihr Zeitgefühl, die Steuerung ihrer Aufmerksamkeit, die Formierung von Emotionalität, Relevanzen und Orientierungsmodellen.

Auf diesen Einsichten aufbauend, verweist der Begriff Computerspielen grundsätzlich auf ganz verschiedene Handlungsmodi, die nicht immer trennscharf voneinander unterscheidbar sind, wie unter anderem regelbasiertes Spielhandeln (Game), zweckfreies Tun (Play), entlohntes Handeln (Arbeit), wie Goldfarming oder leistungs-

## Damit Atmen wieder Bock macht.



**Einfach MVV fahren!**





Bei Computerspiel-Wettbewerben in großen Hallen und Arenen sind Preisgelder in Millionenhöhe zu gewinnen.

orientiertes Handeln (eSport). So wurde festgestellt, dass Online-Spielwelten die Aufnahme von sozialen Kontakten erleichtern und dass ein Großteil der dabei zustande gekommenen Bekanntschaften interessanter als reale eingeschätzt werden. Aktuelle Forschungsergebnisse zur konvergenten Medienwelt gerade von Jugendlichen zeigen eindrücklich, dass sich interpersonale Kommunikation via Email zu einer Kommunikation via soziale Netzwerkdienste und sogar via diverse Spielplattformen verlagert. Die im Spiel stattfindenden Informations- und Kommunikationsprozesse gehen also zum Teil über reine Mensch-Maschine-Interaktionen hinaus und lassen uns Computerspiele auch als soziale Kommunikationsmedien verstehen. Es ist daher plausibel anzunehmen, dass sich die Formen von Amusements – wie der spielerische Wettbewerb oder das Glücksspiel – sowie soziale Prozesse – wie die Bildung von Gemeinschaften – durch deren Virtualisierung langfristig ändern.

Die mediatisierten Erlebniswelten im Rahmen vernetzten Computerspielens können darüber hinaus aufgrund ihrer vielfältigen und komplexen Möglichkeiten sowohl für interpersonale als auch für gruppenbezogene und damit (teil-) öffentliche Kommunikation als hybride Kommunikationsräume verstanden werden. Ein eindrückliches Beispiel ist der Erfolg von so genannten „Let’s Play“-Videos. Mit rund 4,7 Millionen Abonnenten, die seinen Kanal verfolgen, und derzeit circa einer Million täglichen Videoabrufen, verfügt der Gamer Gronkh über höhere Reichweiten als manche Nachrichtensendung im Fernsehen.

In den mediatisierten Erlebniswelten der Online-Spiele suchen und finden die Spieler daher nicht nur Unterhaltung, sondern auch Sozialisierungs- und Identitätsangebote, die ihr kommunikatives Handeln prägen. Die Kommunikationsräume digitaler Erlebniswelten

nehmen in der Lebenswelt vor allem vieler jüngerer Spieler z.T. den Stellenwert traditioneller Massenmedien ein. Das wird künftig natürlich auch die öffentliche Wirkung des klassischen Journalismus berühren, wenn durch den Medienwandel neue Kanäle der Informations- und damit Politikvermittlung entstehen, die wie Online-Spiele gerade die jüngere Generation besonders ansprechen. Dieses Potenzial erscheint umso größer, je geringer die ökonomischen Interessen der Betreiber ausgeprägt sind. Das kann man exemplarisch am Fußballmanagerspiel „Hattrick“ verdeutlichen. Hier sind wiederholt politisch konnotierte Aktionen zu beobachten, die sowohl aus Sicht der Computerpieler als auch der Entwickler für eine lebendige Spielkultur sorgen. So brachten mehrere tausend Spieler während der „Orangen-Revolution“ 2004 in der Ukraine ihre Solidarität mit der ukrainischen Demokratiebewegung zum Ausdruck, indem sie ihre virtuellen Mannschaften mit orangefarbenen Schleifen versahen.

Allerdings sind die meisten Computerspielwelten kommerzieller Natur und unterliegen damit bestimmten ökonomischen wie auch politischen Interessen. Kritische Analysen legen daher nahe, dass Computerspiele zwar die Handlungsfähigkeit (Agency) ihrer individualisierten Spieler fördern können, allerdings zum Preis einer starken Beeinflussung gerade der jüngeren Spieler durch den Unterhaltungs- und Wettbewerbscharakter der gegenwärtigen Computerspiele. Die Fähigkeiten für ein erfolgreiches Gruppenspiel in Computerspielwelten wie „World of Warcraft“ dienen mittlerweile Unternehmen wie IBM oder Siemens sogar als Blaupause für angehende Manager. Dabei werden über Spieldesignelemente Effizienzsteigerung oder Kundenbindung eingeübt.

Noch ist die Welt der Computerspiele recht jung und umstritten. Wohl hat der Deutsche Kulturrat schon 2008 Computerspiele zum Kulturgut erklärt, doch beherrscht wird die Branche durch eine Industrie, die mehr dem marktwirtschaftlichen Kalkül folgt als daran interessiert ist, bessere Inhalte zu fördern. Hier könnten politische Indikativen hilfreich sein. Grundsätzlich ist aber festzustellen: Während Film und Theater längst etabliert sind, muss sich das Computerspiel seinen gesellschaftlichen Stellenwert erst erkämpfen. Man kann die Phase, in der sich Computerspiele befinden, gut mit den Anfängen der Oper vergleichen. Sie galt zunächst als seichtes Unterhaltungsmedium, ehe sie Stück für Stück in die Hochkultur aufsteigen konnte. ■

## Online-Spiele bringen eine neue Form der Politikvermittlung



Professor Dr. phil. Jeffrey Wimmer, 45, lehrt an der Universität Augsburg Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Medienrealität. Der gebürtige Regensburger ist Autor mehrerer Bücher zur Kommunikation, darunter „Massenphänomen Computerspiele“.

## Bald gibt's Dattel-Gold

Genervte Eltern mögen stöhnen: Muss das jetzt auch noch sein? Fest steht: Games werden als Sport anerkannt und könnten bei den Sommerspielen 2024 in Paris sogar eine offizielle olympische Disziplin sein. Auch Union und SPD haben sich darauf geeinigt, den virtuellen Wettkampf zwischen Computerspielern „künftig vollständig als eigene Sportart mit Vereins- und Verbandsrecht“ anzuerkennen, wie dies in Frankreich schon seit 2017 der Fall ist. Gamer, so wird argumentiert, klicken bis zu 300mal pro Minute und erreichen eine Herzfrequenz wie Spitzensportler. Ein erster Schritt ist schon vollzogen: Ende 2017 wurde der E-Sport-Bund Deutschland (ESBD) gegründet. Bei professionellen Computerspiel-Wettbewerben, oft in Arenen ausgetragen, gibt es Preisgelder bis in Millionenhöhe. Die in Deutschland gegründete E-Sport-Liga ESL ist einer der größten Veranstalter von Games-Turnieren.