

4. Drei historische Ansätze zum Computerspiel – Medium, Feindbild, Kulturgut

Die drei nachfolgenden Abschnitte behandeln die Geschichte der Computerspiele aus drei verschiedenen Blickwinkeln – der historisch-demografischen Entwicklung des Mediums, der Problemgeschichte des Gewaltdiskurses sowie der Arbeit der *Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften* (BPjM). Die Abschnitte verhalten sich komplementär zueinander und behandeln einen Zeitraum von rund 30 Jahren. Zeitlich wird damit sowohl die gesellschaftliche Verbreitung (bzw. die Kommerzialisierung) des Mediums als auch der Untersuchungszeitraum dieser Arbeit abgedeckt.

4.1 Kurze Historie, Demografie und wirtschaftliche Bedeutung

Das interaktive Erfahren virtueller Räume via Bildschirm ist in unserer Alltagskultur ein noch verhältnismäßig junges Phänomen. Obwohl sich das Computerspiel als digitaler Vertreter des klassischen Spiels mittlerweile zu einem Massenmedium entwickelt hat, ist es in seinem komplexen soziokulturellen Wirken bisher noch wenig erforscht. Dies ist umso erstaunlicher, wird das Computerspiel doch mittlerweile von Menschen aller Altersstufen und Bildungsschichten genutzt. Während die Eltern den Kindern früher beim einsamen Spielen auf dem Heimcomputer vielleicht noch argwöhnend über die Schulter geschaut haben, wird nun die ganze Familie zum gemeinsamen Spielen animiert. Wo damals vielleicht noch das Brettspiel »Mensch ärgere dich nicht« maßgebend für einen heimischen Familienabend war, halten heute Konsolenspiele wie bspw. *Mario Kart* Einzug in das familiäre Miteinander.

Um zu verdeutlichen, wie sich die gesellschaftliche Akzeptanz des Mediums Computerspiel verändert hat, soll nachfolgend ein kurzer Überblick über die Entstehung des Mediums sowie dessen demografische Verbreitung gegeben werden. Dies ist relevant, da das Computerspiel in seiner Wirkungsweise eine Sonderfunktion unter den Medien einnimmt, das sich mithilfe einer historischen Kontextualisierung besser verstehen lässt.

Das erste Simulieren eines elektronischen Spiels mithilfe moderner Hardware wurde bereits 1958 vom amerikanischen Physiker William Higinbotham getestet. Dieser konstruierte mit »*Tennis for Two*«¹ das erste Bildschirmspiel, das zu diesem Zeitpunkt noch über einen einfachen Analogcomputer lief, der an ein Oszilloskop angeschlossen war und hierdurch erstmals die technischen und spielerischen Möglichkeiten nachfolgender Computerspiele andeuten sollte.² Da die notwendige Hardware noch Gegenstand der Forschung und somit fast ausschließlich an Universitäten vorzufinden war, war diese Technik damals noch nicht für den Massengebrauch zugänglich. So zählte »*Tennis for Two*« eher als ein Versuch, um die Einsatzmöglichkeiten der damaligen Hardware auf die Probe zu stellen.

Der erste kommerzielle Erfolg gelang den Computerspielen in den 1970er-Jahren mit den Arcade-Automaten *Pong* und *Space Invaders*. Diese großen Automaten wurden in eigenen Spielhallen oder in Einkaufszentren aufgestellt und mussten mit Münzgeld aktiviert werden. Da diese neue Technik durch ihre Darstellung virtueller Welten auf viele Jugendliche eine große Faszination ausübte, etablierten sich die öffentlichen Spielhallen schnell als Zentren subkultureller (vornehmlich männlicher) Zusammenkünfte. Neben der technischen Faszination bot das Medium auch die Möglichkeit des kompetitiven Wettstreits. So ließen sich die erlangten Highscores miteinander vergleichen und motivierten andere Spieler*innen diese zu brechen. Diese neue Form des virtuellen Wettkampfes wurde zu einem der ersten ausschlaggebenden Impulse für eine subkulturelle Popularisierung von Bildschirmspielen unter Jugendlichen und legte so nebenbei den Grundstein für den heutigen E-Sport.

Die nächsten Schritte in der Popularisierung der Bildschirmspiele waren die ersten Spielkonsolen für den Heimgebrauch (*Magnavox Odyssey* [1972] und später der *Atari 2600* [1977]), die das virtuelle Erleben ins eigene Heim brachten. Trotz des anhaltenden Interesses der jugendlichen Spieler*innen blieb eine Verbreitung in anderen Altersgruppen jedoch aus. Stattdessen »blieben sie doch in der massenkulturellen Wahrnehmung ein Nischenprodukt, ein Spielzeug für Kinder und Nerds, ein Phänomen der Subkultur.«³

Aufgrund mangelnder Innovation kam es 1983 zu einem Zusammenbruch des Videospiegelmarktes (bekannt als der *Video Game Crash*⁴). Ab diesem Zeitpunkt begann sich das spielerische Geschehen zunehmend auf den Gebrauch von Heimcomputern zu verlagern. Diese waren zu der damaligen Zeit zwar noch recht teuer und nicht für jeden Haushalt erschwinglich, jedoch boten sie durch die ständige technische Weiterentwicklung und die Vielseitigkeit ihrer Anwendungsbereiche sowohl dem Verbraucher als auch den Spielentwicklern eine perfekte Grundlage für spielerische Innovationen. So erschienen ab Mitte der 1980er-Jahre zunehmend Spiele für den Heimcomputer, die es ebenfalls erlaubten, mit Freunden zusammen zu spielen oder gar eigene Spiele zu entwickeln. Die Erweiterung multipersoneller Spielerfahrungen durch das gemeinsame

1 Eine einfache Form eines Tennisspiels, das über den Bildschirm eines angeschlossenen Oszilloskops simuliert wurde und von zwei Spieler*innen gleichzeitig gegeneinander gespielt werden konnte.

2 Vgl. Neitzel 2010, S. 109.

3 Beil 2013, S. 1.

4 Vgl. Ebd., S. 9.

Spielen am Computer und den Austausch eigener Spielesoftware verhalf den digitalen Unterhaltungsmedien erneut zu einem Aufstieg, der bis heute anhält.

Mit dem Aufkommen der Smartphones konnte sich mittlerweile eine dritte Plattform der virtuellen Unterhaltung etablieren und somit zugleich neue Anforderungen an den Spielmarkt stellen – die *Mobile Games*. Im Gegensatz zu den vorhergegangenen Spieleplattformen sind Computerspiele heute zu jeder Zeit abrufbar und überall verfügbar. Diese neue Komponente der Mobilität machte das Spielen zu einer Beschäftigung für zwischendurch und erschloss dem Markt hierdurch eine gänzlich neue Zielgruppe – die Gelegenheitsspieler*innen (*Casual Gamer*). Die technische Weiterentwicklung führte dazu, dass Menschen, die sich vorher nie oder selten ernsthaft mit virtuellen Spielen auseinandergesetzt haben, Spiele nun benutzen, um Wartezeiten zu überbrücken oder gemeinsam mit Freunden *Social Games* über soziale Netzwerke zu spielen.

Um den neuentstandenen Absatzmarkt der *Casual Games* bedienen zu können, bewegt sich die klassische Computerspiel-Branche heute verstärkt auf die Zielgruppe der Gelegenheitsspieler zu. So bietet Nintendo für die Konsolen *Wii* (2006), der *Wii U* (2012) sowie der *Switch* (2017) eine Vielzahl einfach zu erlernender Spiele für die ganze Familie. Anstatt auf narrativen Tiefgang oder cineastisch inszenierte Action zu setzen, wird der Fokus zunehmend auf bewegungsintensive Party- und Familienunterhaltung für alle Altersgruppen verlegt. Hierdurch findet gerade bei kleinen Kindern eine frühe Prägung auf Computerspiele statt, wodurch der gesellschaftliche Stellenwert virtueller Unterhaltungsprodukte zukünftig wohl noch weiter gefestigt wird. Den Aspekten der Kurzweiligkeit und der Möglichkeit zur situativen Nutzung mobiler Spiele ist es zu verdanken, dass sich digitale Bildschirmspiele in den Massenmarkt etablieren konnten, anstatt auf subkulturelle Zielgruppen beschränkt zu bleiben.

Insgesamt haben sich Computerspiele zu einem schnell expandierenden Wirtschaftszweig entwickelt. Für das Jahr 2020 gibt der *Verband der deutschen Games Branche – game* – einen Umsatz in Höhe von rund 8,5 Mrd. € für die deutsche Computerspielindustrie an. Im Vergleich zum Vorjahr 2019, in welchem noch ein Umsatz von rund 6,4 Mrd. € erwirtschaftet wurde, entspricht dies einem Anstieg von rund 32%.⁵ Auch die regelmäßigen Nutzer*innen von Computerspielen in Deutschland werden von *game* erhoben, diese nehmen ebenfalls leicht zu. Für das Jahr 2020 gibt der Verband die Zahl von 34,3 Mio. regelmäßigen Nutzer*innen an. In Relation zum Vorjahr mit 34,1 Mio. Nutzer*innen entspricht das einem Anstieg von 0,6%.

Die Verteilung nach Geschlecht ist 2019 relativ ausgeglichen. So waren von den erhobenen Spieler*innen rund 52% männlich und 48% weiblich. In Bezug auf die Altersverteilung macht die Gruppe der 50+-Jährigen mit 32% (10,8 Mio.) den größten Anteil aus, gefolgt von den 10-19-Jährigen mit 16% (5,3 Mio.) und den 30-39-Jährigen mit ebenfalls 16% (5,5 Millionen). Den vergleichsweise kleinsten Anteil machen die bis 9-

5 Verband der deutschen Games-Branche: »Deutscher Games-Markt 2020«. Bezüglich der Angaben zum Umsatz des Jahres 2020 ist anzumerken, dass diese nur bedingt Aufschluss darüber geben, inwiefern sich die Covid-19-Pandemie auf die Verkaufszahlen von Computerspielen ausgewirkt hat. Es ist jedoch stark davon auszugehen, dass Lockdown und Quarantäne-Maßnahmen zu vermehrten Verkäufen geführt haben.

Jährigen aus, die insgesamt auf 8 % (2,7 Mio.) kommen.⁶ Die Zahlen bestätigen, dass Gaming heute keine abgegrenzte Subkultur für männliche Jugendliche mehr darstellt, sondern im wachsenden Maße in der Gesellschaft verbreitet ist. Dies lässt den Schluss zu, dass Computerspiele sich endgültig als überwiegend anerkanntes Unterhaltungsmedium etablieren konnten.

Hierfür spricht auch die Bildung von Strukturen auf institutioneller Ebene, z. B. mit der Aufnahme des Spieleentwickler-Bundesverbands *game* in den deutschen Kulturrat im Jahr 2008. Das Computerspiel wurde dadurch als Kulturgut offiziell anerkannt und somit den anderen etablierten Medienformen gleichgesetzt. In der Stellungnahme des Kulturrats heißt es auszugsweise: »Heute, gut zehn Jahre später, zweifelt kaum jemand mehr an, dass Computerspiele selbstverständlich Kulturgut sind. Und manche Perlen unter den Computerspielen sind sogar Kunstwerke.«⁷ Dieses Zitat unterstreicht den Sonderstatus des Mediums und erkennt dabei zugleich dessen kulturelle und ökonomische Relevanz an. Heute sind Computerspiele mitnichten ein Nischen-, sondern ein Massenphänomen. Dies zeigt sich u. a. auch daran, dass Figuren, Symbole und Themen aus der virtuellen Welt sich jetzt zunehmend auch außerhalb der *Gaming Community* vorfinden lassen. In Form intermedialer Verweise verbreiten sich die ehemals subkulturell codierten Inhalte über andere Massenmedien wie Film und Fernsehen weiter und tragen so zur weiteren populärkulturellen Festigung von Computerspielen bei.⁸

4.2 Baller-, Kriegs- und Killerspiele – Eine Problemgeschichte

Die damals und heute geführten gesellschaftlichen und kulturellen Aushandlungen rund um das Thema Computerspiele sind so vielfältig wie das Medium selber. Die Bandbreite behandelter Themenkomplexe reicht von der Diskussion um den Einsatz von Computerspielen als Lehrmittel (*Serious Games*) bis in die Bereiche der Benutzermotivation oder des Marketings (über Prozesse der *Gamification*). Aber auch problematische Aspekte, wie etwa die Spielsucht, werden in eigenen Subdiskursen behandelt.

Im Bereich der Problemdiskurse ist der Gewaltdiskurs sicher der größte und zeitlich konstanteste. Dieser existiert nicht erst seit der *Killerspiel-Debatte* in den 2000er-Jahren, sondern erreichte hier vielmehr einen Höhepunkt, der das Thema auch weit außerhalb des subkulturellen Spektrums bekannt machte.

Bei der Frage, ob und inwiefern Computerspielgewalt als ein soziales Problem dargestellt wird, ist es notwendig, sich sowohl mit den Anfängen als auch mit dem bisherigen Verlauf der Problemkarriere auseinanderzusetzen. Zum besseren Verständnis der Entwicklung der Gewaltproblematik sollen an dieser Stelle einige bedeutende Eckpunkte in einer kurzen Chronologie zusammengefasst sowie entsprechende Hintergründe und Folgen skizziert werden. Die Darstellung des zeitlichen Verlaufs beziehungsweise

6 Verband der deutschen Games-Branche: »Jahresreport der deutschen Games-Branche 2020«.

7 Vgl. Zimmermann 2017: Aufsatz »Kulturgut Computerspiele« auf Kulturrat.de vom 01.09.2017.

8 Bspw. in Form von Merchandise wie T-Shirts, Tassen, etc. Aber auch auf Computerspielen basierende Kinofilme, wie bspw. *Silent Hill*, *Hitman*, *Max Payne* oder *Warcraft: The Beginning*.