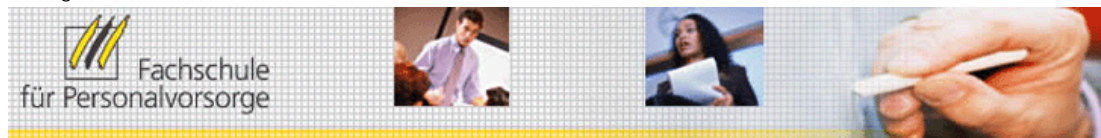


Anzeige



NZZ Online

Donnerstag, 04. Juni 2009, 11:58:33 Uhr, NZZ Online

Nachrichten > Panorama

24. Mai 2009, NZZ am Sonntag

Wie ein gigantischer Sportverein

Das «Gamen» am PC wird zu Unrecht verteufelt, sagen Experten: Ballerspiele führen nicht zu Gewaltexzessen – und es gibt viele positive Effekte dieser umstrittenen Art der Freizeitgestaltung. Von Till Hein

Lang Lang wird in Zukunft die Finger davon lassen. Nach dem Blutbad im süddeutschen Winnenden vom 11. März, bei dem ein Jugendlicher 16 Menschen erschoss, verbannte der chinesische Star-Pianist alle Gewaltspiele von seiner Playstation. «Solche Gedankenlosigkeiten können wir uns nach diesem Amoklauf nicht mehr leisten», sagte der 26-Jährige, der sich früher – genau wie der Amokschütze von Winnenden – gerne mit Ballerspielen die Zeit vertrieb.

Brutalo-Computerspiele wie etwa «Doom» oder «Counter-Strike» haben einen schlechten Ruf. Doch erhöhen sie die Gewaltbereitschaft junger Menschen tatsächlich, wie Politiker und Journalisten behaupten? Fachleute sind zurückhaltend. «Amokläufer sind Menschen mit einem sehr speziellen Krankheitsbild», sagt der Medienpsychologe Werner Wirth von der Universität Zürich. «Mit Sicherheit sind Computerspiele nicht die Ursache dafür.» Bis zu 80 Prozent aller männlichen Jugendlichen spielen Ego-Shooter, so Wirth: «Wenn bei einem Amokläufer solche Games auf dem PC gefunden werden, ist das ähnlich aussagekräftig wie die Entdeckung von Turnschuhen.»

Dennoch scheinen Killer-Spiele die Psyche zu beeinflussen. Als Forscher in einem Experiment Versuchspersonen nach Stunden am Ego-Shooter aufforderten, andere Personen durch Lärm zu «bestrafen», drehten sie die Lautstärke prompt weiter auf. Länger dauernde Effekte auf die Gewaltbereitschaft fanden die Psychologen allerdings nicht. Und es gibt keine einzige wissenschaftliche Studie, die den simplen Kausalzusammenhang «Brutale Computerspiele führen zu Gewalthandlungen» stützt, betont auch Jeffrey Wimmer von der Technischen Universität Ilmenau in Thüringen.

Gigantisches Wachstum

Elektronische Spiele sind eine gigantische Wachstumsbranche. Experten schätzen den weltweiten Markt auf umgerechnet 45 Milliarden Schweizerfranken jährlich – vergleichbar mit dem Umsatz der gesamten Filmindustrie. Doch die meisten Sozial- und Kulturwissenschaftler ignorieren die Games trotz ihrer massenhaften Verbreitung. Wimmer und Wirth halten das für einen Fehler. «Unter Teenagern sind Computerspiele mittlerweile ein Leitmedium», sagt Wimmer. «Und ich bin überzeugt, dass sie auf längere Sicht die Werte und Normen der Gesellschaft mitprägen.»

Wimmer, eckige Brille, Wollpullover, schwarze Umhängetasche, ist Ende 30 und der erste Uniprofessor im deutschen Sprachraum, der aus kommunikations- und medienwissenschaftlicher Perspektive ausschliesslich zu diesem Thema forscht. Unlängst hat er gemeinsam mit Kollegen den Wälzer «Die Computerspieler» vorgelegt: eine umfangreiche Sammlung wissenschaftlicher Studien – die mit zahlreichen Vorurteilen aufräumt.

20 Stunden pro Woche

Die meisten Menschen stellen sich Computerspieler männlich, jung, ungebildet und kontaktgestört vor. In Wirklichkeit spielen immer mehr Frauen, Akademiker und ältere Menschen. «In den letzten Jahren haben sich solche Games zu einem Breitensport entwickelt», so Wimmer. Die Entgleisung in die Spielsucht sei zwar weit weniger verbreitet, als Medienberichte glauben machten. «Aber es ist in der Regel doch ein zeitintensives Hobby.» Durchschnittlich wenden Spieler 20 Stunden pro Woche auf – Intensivspieler bis zu 100 Stunden.

Nach einer repräsentativen Umfrage des Forschers sind Rollenspiele wie «Baldur's Gate» (68,3 Prozent der Spieler) der grosse Renner. Erst an zweiter Stelle kommen Ballerspiele (knapp 46 Prozent). Strategiespiele wie «World of Warcraft» präferiert etwa ein Drittel der Befragten, Sport- und Rennspiele lediglich 14 Prozent. Gewalt und Brutalität seien beim Gamen nur Nebensache, behaupten fast alle Spieler. Oft klingt das im Originalton allerdings etwas makaber. «Man muss da halt ab und zu jemanden töten», sagt ein Ego-Shooter-Fan. «Aber das eigentliche Ziel ist, die Punkte zu holen.»

Transfer von Starspielern

Wimmer konnte nachweisen, dass soziale Aspekte beim Spielen am Computer wichtiger sind als bisher angenommen. Fast die Hälfte der 700 befragten Gamer loggen sich nicht zuletzt in die Spiele ein, um reale Personen – virtuell – zu treffen und mit ihnen zu interagieren. Bei solchen Online-Verbindungen, «Clan» oder «Gilde» genannt, geht es nicht ausschliesslich um das Spielen, analysiert Wimmer: In Chats und Foren werde auch über andere Themen kommuniziert, und nicht selten entwickelten sich Freundschaften zwischen den Mitgliedern. «Dass sich Millionen von Menschen in ihrer Freizeit virtuell zusammenloggen, kann man als Ausdruck einer starken Zivilgesellschaft betrachten.»

Die Clans und Gilden sind meist stark hierarchisch organisiert. Ähnlich wie klassische Sportvereine: mit Vorstand, Geschäftsführer, Mitgliederbeitrag, Jugendarbeit. Talentierte Spieler werden nicht selten von anderen Clans online abgeworben. Fast wie auf dem Transfermarkt der Fussballprofis.

Senioren: Spieler ab 35

Die meisten Computerspieler sind sich einig, dass ihre Lieblingsbeschäftigung von der Gesellschaft zu wenig gewürdigt wird. Insbesondere sogenannte «Senioren-Spieler» – Menschen ab 35, die in ihrer Jugend ohne Computer aufgewachsen sind – geben an, dass ihr Hobby vom jeweiligen Lebenspartner «nicht unbedingt gefördert» werde. Und am Arbeitsplatz verschweigen viele dieser «Senioren» ihre Computerspiele, aus Angst, von den Kollegen ausgelacht zu werden.

In anderen Kulturkreisen gibt es eine deutlich höhere gesellschaftliche Akzeptanz, so Jeffrey Wimmer: «Jeder dritte Südkoreaner hat bereits einen Avatar» – also einen virtuellen Vertreter in der Online-Welt. Selbst der südkoreanische Staatspräsident Lee Myung Bak ist bekennender Gamer und hat unlängst den «Starcraft»-Champion seines Landes zu einem

Match herausgefordert. Von Micheline Calmy-Rey oder Ueli Maurer könnte man sich das weniger gut vorstellen.

Trotz dem schlechten Image ihres Hobbys spielen allein in Deutschland und der Schweiz täglich mehr als 1,5 Millionen Menschen am Computer. Ein interessanter Markt für die Werbebranche. Werner Wirth hat auch diesen Spezialaspekt genauer untersucht. Sind Werbebotschaften in solchen Spielen womöglich gar wirkungsvoller als diejenigen auf Plakatwänden in der realen Welt?

«Ich kann mir das durchaus vorstellen», sagt Wirth. Beim Spielen am Computer sei in der Regel bereits «eine erhöhte Grundaufmerksamkeit der Nutzer vorhanden» – und über die sogenannte periphere Wahrnehmung gelangen womöglich auch Werbebotschaften leichter ans Ziel. Die bisherigen Erkenntnisse: Wenn die Anzeigen in Computerspielen klein und diskret waren, führten sie in Experimenten bei den Versuchspersonen zu einer besseren Markenbewertung. Zu aufdringliche Slogans werden auch in Computerspielen offensichtlich schnell als Manipulationsversuch wahrgenommen – und führen zu einer Abwehrhaltung.

Eile mit Weile der Neuzeit

Computerspiele passen perfekt in unsere Zeit, betont Jeffrey Wimmer. Eine Zeit der Arbeitsnomaden und der ultraflexiblen Arbeitszeiten: «Du kannst dich noch nach 12 Stunden im Job einloggen.» Der Forscher will nicht zuletzt den Blick auf die Vielfalt der Games und der Spieler öffnen. Das Sport-Game «Wii» etwa eigne sich für die ganze Familie, schwärmt er. Es sei gleichsam das «Eile mit Weile der Neuzeit». «Wii» spielen mittlerweile Grosseltern mit ihren Kindern, sagt Wimmer. Er wünscht sich, dass sich mehr Eltern und Erzieher neugierig mit Computergames beschäftigen. Deren didaktische Möglichkeiten würden zu wenig ausgeschöpft, sind sich Wimmer und Wirth einig. Wieso nicht etwa die Grundzüge der Schweizer Demokratie im Rahmen eines Strategiespiels erlernen?

Jeffrey Wimmer selbst spielt am liebsten «Hatrick», ein Spiel, bei dem man eine virtuelle Fussballmannschaft managt. «Ein vornehmes, elegantes Spiel, gleichsam die <Neue Zürcher Zeitung> unter den Computergames», sagt er. «Meine Mannschaft ist gerade in die sechste Liga abgestiegen.» Ob Wimmer sich durch dieses Training am Bildschirm längerfristig auch für die reale Super League mit Kickern aus Fleisch und Blut als Trainer qualifizieren wird, ist ungewiss.

In einem Punkt jedoch sind positive Effekte des Spielens am Computer kürzlich nachgewiesen worden: Diese Form der Freizeitgestaltung scheint – so absurd das klingen mag – gut für die Augen zu sein. Forscher der University of Rochester in New York haben herausgefunden, dass Menschen, die regelmässig Action-Computergames spielen, ein besseres Sehvermögen haben als Nichtspieler. In Experimenten waren ihre Augen um 58 Prozent empfindlicher für die Unterschiede feiner Grautöne. Die umstrittenen Games fördern laut dieser Studie ausgerechnet das Differenzierungsvermögen. Zumindest optisch!

Daniel SüssMedienforscher bei Kindern

Daniel Süss, geboren 1962, studierte nach dem Erwerb eines Primarlehrerpatents Psychologie, Pädagogik und Publizistikwissenschaft. Er ist seit 2002 Professor an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Winterthur und seit 2004 Privatdozent für Publizistikwissenschaft und Medienpädagogik an der Universität Zürich.

In seiner Forschung setzt sich Süss schwerpunktmässig mit dem Einfluss der neuen Medien auf die psychosoziale Entwicklung von Kindern und Jugendlichen auseinander. Er ist Autor des Buches «Mediensozialisation von Heranwachsenden». (tlu.)

«Ein vornehmes,

elegantes Spiel,

gleichsam die <Neue Zürcher Zeitung> unter den Computergames.»

Thorsten Quandt, Jeffrey Wimmer, Jens Wolling (Hrsg.): Die Computerspieler. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2009. 339 Seiten, 71 Franken

► : «Bei Buben hilft das Verboten sicher nicht» [http://www.nzz.ch/nachrichten/wissenschaft/bei_buben_hilft_das_verboten_sicher_nicht_1.2613028.html]

Link: http://www.nzz.ch/nachrichten/panorama/bei_buben_hilft_das_verboten_sicher_nicht_1.2613028.html

Diesen Artikel finden Sie auf NZZ Online unter:

http://www.nzz.ch/nachrichten/panorama/wie_ein_gigantischer_sportverein_1.2612888.html

Copyright © Neue Zürcher Zeitung AG

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigung oder Wiederveröffentlichung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von NZZ Online ist nicht gestattet.