

Spielkultur in einer mediatisierten Alltagswelt

Friedrich Krotz
Universität Erfurt

Leitfragen

- Warum ist Spielen ein wichtiges Thema, schon immer und erst recht im Hinblick auf die Medienentwicklung von heute?
- Und warum hat die Gesellschaft so viel Angst vor dem Spielen und dessen Bedeutung?

Inhalt

1. Spielen in kulturwissenschaftlicher Hinsicht
2. Medienentwicklung – von der Kultur zur Medienkultur, Computerspiele und die Bedeutung des Spielens
3. Folgerungen

1. Spielen in kulturwissenschaftlicher Hinsicht

1.1 Kultur

- Z.B. nicht:
- Kultur als **Hochkultur**: Adorno/Horkheimers Kulturindustrie
- **Natur vs. Kultur/Zivilisation** und die Höherentwicklung der Menschheit
- Kultur als **ganze Lebensweise der Menschen** (Agrikultur): Gesellschaft ist, was geschieht, und Kultur besteht aus den Sinnbezügen, die unser Handeln leiten. Kultur ist eng mit Sprache verbunden und entwirft den Menschen als symbolisches Wesen.

1.2 Spiel in kulturwissenschaftlicher Perspektive

Johan Huizinga (1872-1945) niederländischer Kulturhistoriker

- Homo Ludens. Vom
Ursprung der Kultur im
Spiel.
(Leiden 1938,
Reinbek 1956).



Gibt es „Spiel“ überhaupt?

- Englisch:
Play als das freie, kreative Spielen, aber
Game als Regelspiel
- Altgriechisch: Wettkämpfe wurden nicht
als Spiel bezeichnet
- Algonkin Indianer: verschiedene
Ausdrücke für Spielen der Kinder, der
Jugendlichen, für Tanz und Wettkampf...

Spiel ist

- „eine freie Handlung, die ‚als nicht so gemeint‘ und außerhalb des gewöhnlichen Lebens stehend empfunden wird
- und trotzdem den Spieler vollständig mit Beschlag belegen kann,
- an die kein materielles Interesse geknüpft ist und mit der kein Nutzen erworben wird,
- die sich innerhalb einer eigens bestimmten Zeit und eines eigens bestimmten Raums vollzieht,
- Die nach bestimmten Regeln ordnungsgemäß verläuft und Gemeinschaftsverbände ins Leben ruft,....“
(Huizinga)

Formen des Spiels

Formen des Spiels (Gallois) (vor allem:)

- Wettkampfspiele
 - Zufallsspiele
 - Theater, Rollenspiel
 - Rausch und Trance
-
- Das Spiel ist ein Kampf um etwas oder eine Darstellung von etwas“ (Huizinga).

Das Besondere des Spiels:

- **Für das Individuum:**
Ein Raum der Selbstverwirklichung, Erfolg und des Gewinnens von Anerkennung
Freude, Kick, Flow
- **Bezogen auf Kultur und Gesellschaft**
Eigenständige Welt mit eigenen Regeln.
Aus dem Reich der Freiheit, nicht der Notwendigkeit

Spiel: Ethik, Transfer

Ethik: Spielen hat nichts mit dem Wahren oder Guten zu tun. Wir denken uns in den Igel ein und freuen uns über den Tod des Hasen.

Transfer: Spielen „wirkt nicht“ – es ist aber möglich, Elemente des Spiels als einer Wirklichkeit auf eine andere Wirklichkeit/z.B. Alltagswelt zu übertragen
- erwünscht/nicht erwünscht?

1.3 Kultur entsteht aus dem Spiel

- Vom Jagen als ökonomische Notwendigkeit zum Jagen als Ritual und Gesellschaftsspiel, bei dem soziale Gemeinschaften und Institutionen handeln (Hege und Pflege, Gesetze und Regeln: elaborierte soziale Prozesse, Grund für das Beten zu Gott, Wissenschaft)
- Und zur Einübung von Fähigkeiten und Ausdifferenzierung von Rollen (Arbeitsteilung, Koch, Ritter, Priester)

„Denn, um es endlich auf einmal herauszusagen, der Mensch spielt nur, wo er in voller Bedeutung des Worts Mensch ist, und er ist nur da ganz Mensch, wo er spielt.“ – Friedrich Schiller (*Über die ästhetische Erziehung des Menschen, 15. Brief*)

Prozess der Kulturerzeugung

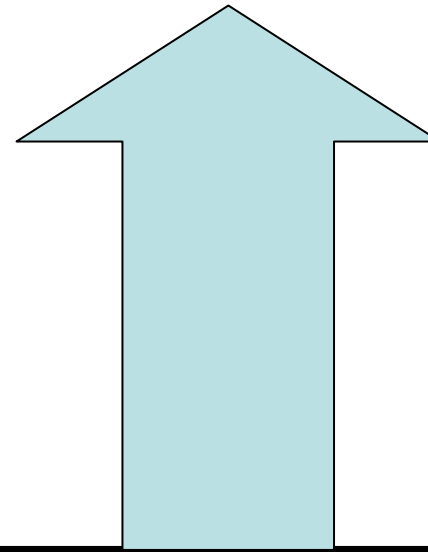
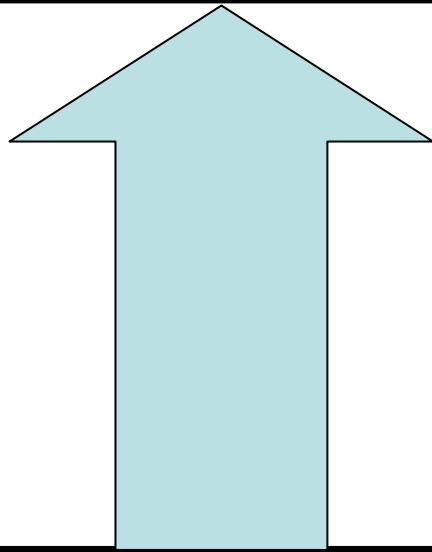
- Spielen bleibt dem Menschen nicht äußerlich, man ist im Spiel
- Die Kreativität des Menschen und seine Suche nach Anerkennung erzeugen Ästhetik, Ritual, Religion, Wissen:
- Dabei bildet die Gemeinschaft das wesentliche Bezugsmuster
- Spiel transportiert Handeln von der Welt der Notwendigkeit ins Reich der Freiheit – in Verbindung mit persönlicher Anerkennung (Hegel), Selbstverwirklichung, Wettkampf, Kreativität

Vorteile durch Akkumulation sozialen, kulturellen, finanziellen und symbolischen Kapitals

Kultivierung
der Spielerin/des
Spielers

Kultivierung des
Gegenstandsbereichs

Spielen als Tätigkeit, Spiele als Institutionen



2. Mediatisierte Alltagswelten

- Computerspiel
- Andere Entwicklungen im Bereich des Spielens:
Ökonomisierung und Institutionalisierung von Sportwettkampfspielen
Eventparks, Massenergebnisse (Disney, Medien)
Profispieler, E-Sport
Medien

2.1 Mediatisierte Alltagswelten, Medienkultur

- Medienentwicklung als Mediatisierung
- Fast alles, was wir wissen, wissen wir aus Medien
- Entsprechend: denken, fühlen
- Kultur/Sinn sind nur noch in Bezug auf Medien zu verstehen



Zum Beispiel (Kritik)

- Schrift, (Sokrates)
- Druckmaschine (Kirche und Staat)
- Radio/Fernsehen (Adorno/Horkheimer)

- Digitalisierung von Daten, der Computer als programmierbare Universalmaschine, neue soziale und ökonomische Netzwerke und Bedürfnisse
(Risiken und Chancen)

Der Metaprozess „Mediatization“

bezeichnet den sozialen und kulturellen Wandel, der dadurch zustande kommt, dass immer mehr Menschen immer häufiger und differenzierter ihr soziales und kommunikatives Handeln auf immer mehr ausdifferenzierte Medien beziehen und im Zusammenhang mediale Kommunikation und Kommunikation immer wichtiger werden.

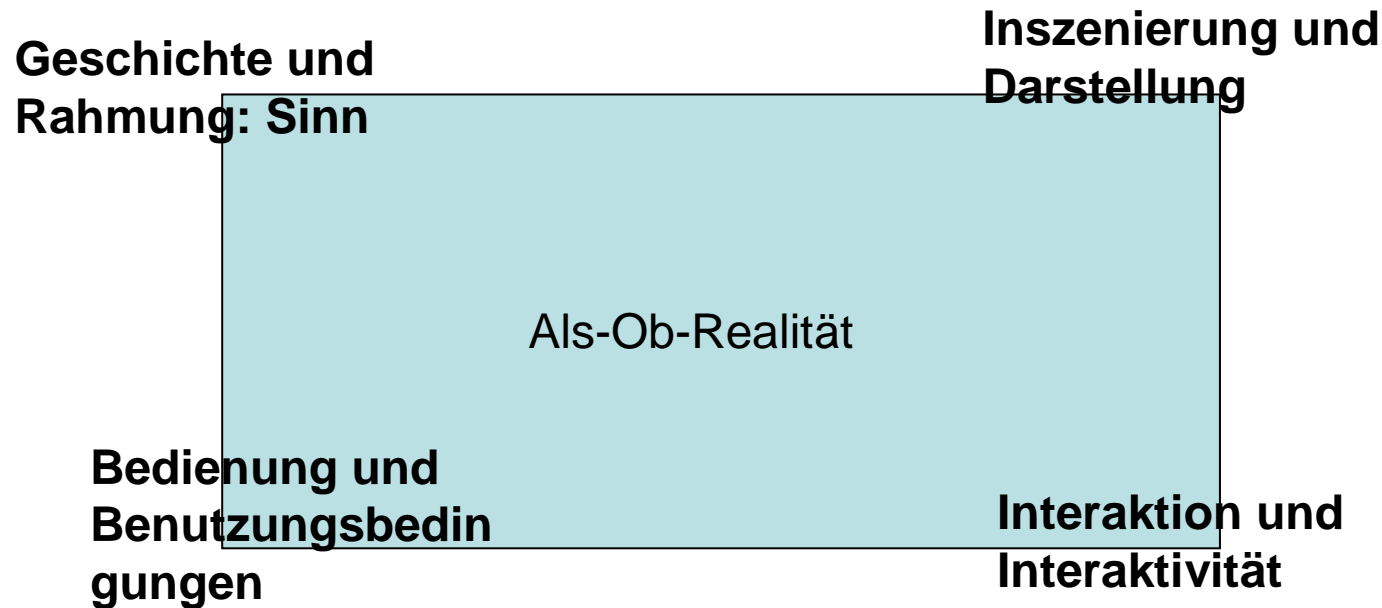
Die neuen Medienangebote heute:

- Interaktive Welten (Games, Software-bots, Tamagotchis)
- mobile kommunikative Vernetzung via mobilphone und entsprechende Geräte
- globale kommunikative Vernetzung (“Internet”)/Vernetzung aller Artefakte und Verdoppelung im Netz
- Vielfältige neue Funktionen (Google Earth, Amazon, Second Life)

2.2 Bildschirm-/Computerspiele/

- Der Computer als Spielbrett
- Der Computer als Gegner
- Vernetzte Computer als Spielbrett und Gegner mit vorgegebenem Spielziel (World of Warcraft)
- Vernetzte Computer als soziale Handlungsräume und Existenzweisen (Second life, Multi User Dungeons (MUD))
- „Metaverse“, Stephenson

Computerspiel: Analyserahmen auf der Handlungsebene



Motive/Ziele: soziales Umfeld, Kontrolle, Beziehung, Spaß, Kreativität, Selbstwirksamkeit, neue Welt ...

Spiele von Computerspielen

- Die Spielgeschichte als Rahmen und Spielziel
- Die Inszenierung als Präsentation und Entwurf von Handlungsmöglichkeiten
- Die Graphik als visueller Einstieg
- Die sozialen Beziehungen und das darüber Sprechen
- Der Spielspass
- Die Erfahrungen und deren Verarbeitung
- Die Anerkennung/Respekt und das Einordnen in den Alltag

2.3 Das Neue

- Umfassende abgegrenzete Wirklichkeiten „virtuell“, die sich von außen und damit vielen Erwachsenen nicht erschließen
- Mit definierten Schnittstellen als Spieler, über einen Avatar, aber auch sozial mit Freunden, ökonomisch mit Geschäften etc. (BSP relevant), Castronova
- Der Resetknopf einer Maschine

- Beispiele:
Civilization,
Bundesligamanager,
Tetris,
Star Trek,
Ego Shooter,
Sims, ...

MUDs = textuelle Rollenspiele, und
deren Gestaltung

ETH Zürich



HealthEngage Depression 3.9



Your daily mood helper.

Wie Kultur entsteht, die wir wollen

- Lernspiele, deren Lerneffekte sich transformieren lassen, und bei denen wir das mögen (Ingenieure, Computerbauer, ...)
- Spiele, die zu demokratischem Engagement führen (Journalismus, transkulturelle Kommunikation, politische Beteiligung)
- Spiele, die das Bruttosozialprodukte erhöhen (Mitwerbung ausgestattet)
- Spiele, die wir ertragen (Moorhühner)
- Spiele, die Spass machen
- ***Spiele, die sich auf die Realität beziehen bzw. sie zugänglich machen (auch ironisch)***

Wie Kultur entsteht, die wir nicht wollen: falsche Transfers

- Der Flugsimulator
- Die US-Armee
- Das Spiel an der Börse und die Macht der Zerstörung: Die Börse als Wirtschaftssimulation und Computerspiel
- **Spiele, die die Realität der spielerischen Inszenierung unterwerfen und ihn irgendwo hinführen**

2.4 Spielgefährten, Tamagotchis

- Wireless
- Artificial
- Living
- Dog
- Inspection

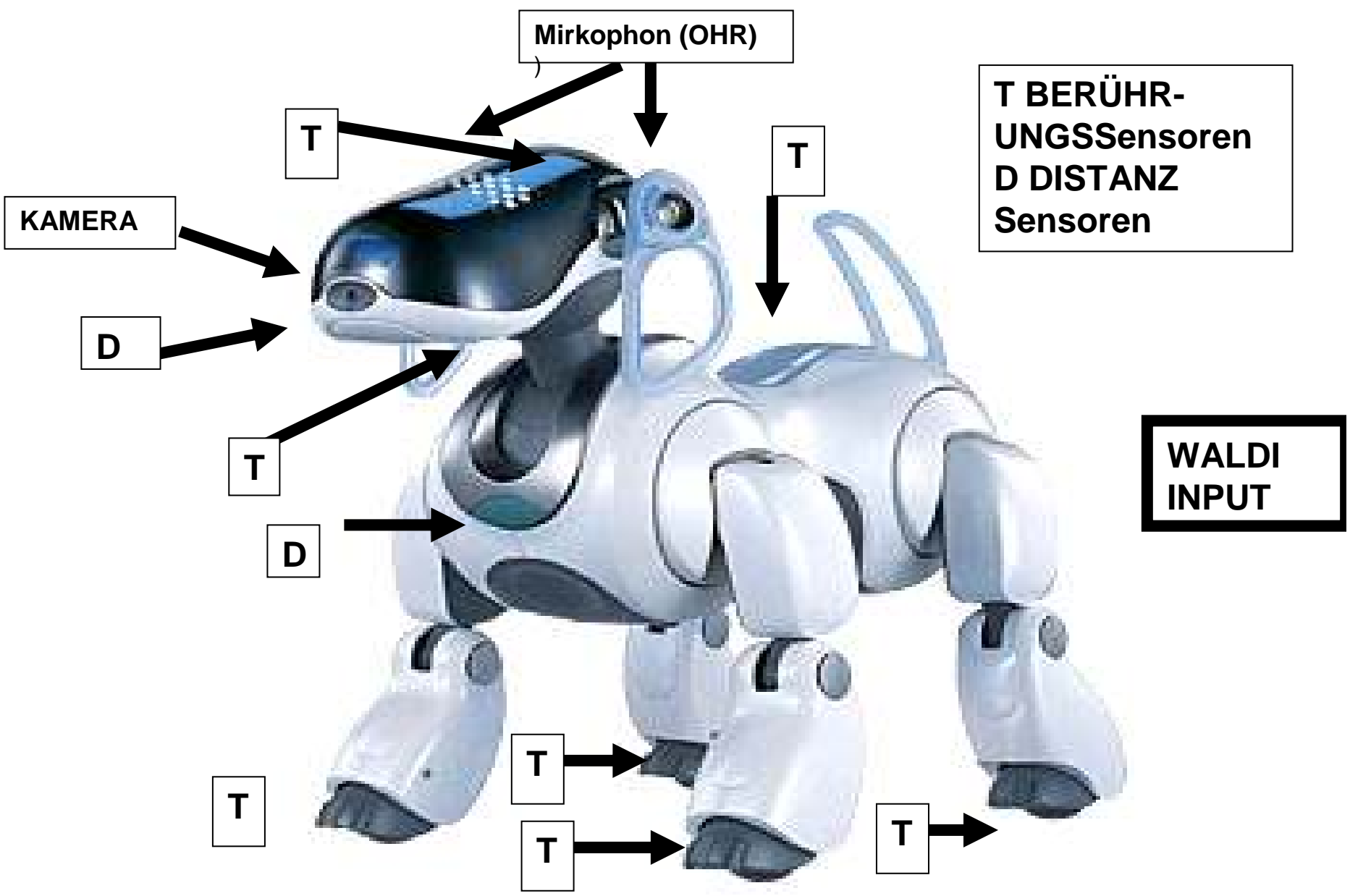
Kommunikation mit

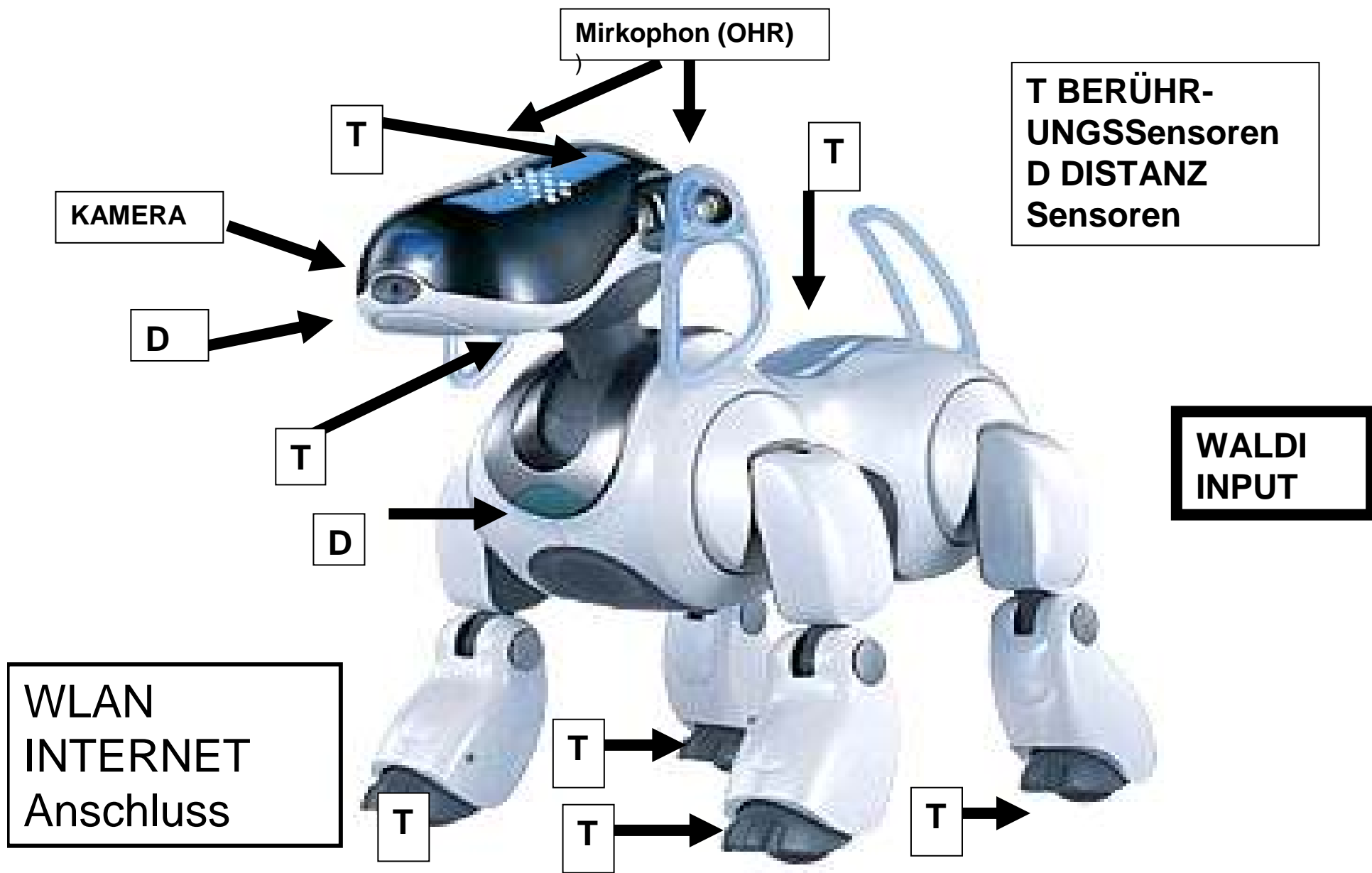
- W
- A
- L
- D
- I





UNICUT





Aus der Perspektive von Waldi



Thematisierungen

- Aussagen
- Befehle, Lob und Tadel
- Emotionen im “Gesicht” (rot = Ärger, blau = Trauer, Grün= Freude)
- Kontakt aufnehmen, sich freuen: Beziehungen
- Lernfähigkeit, Biographie
- Spaß und Dienstleistung

Kulturelle Codierung von WALDI

- “man’s best friend”/Haustier
- Als eine Art Tier (“Ach Gott wie niedlich”)
- als technisches Instrument (“was kann er denn?”)
- als unklare Bedrohung (vorsichtig, leicht erschreckbar)
- als Besitz (“wieviel kostet er?”)
- (auch abhängig vom Vorwissen)
- kein Interesse

Was machen die Menschen damit?

- Zielgruppen von Sony:
 - Kinder und Jugendliche (siehe tamagotchis)
 - Technikorientierte oder in Arbeit eingespannte Erwachsene, die keinen anderen Hund haben können
 - Ältere/Andere, die einen Hund nicht halten können (Besondere Bedingungen Japans)

AIBO Fan Club Treffen





3 Konsequenzen

- 3.1. Die Angst vor dem (Computerspielen)

© Robert Hardt, Westend, Spiegel, Axel Hoyer, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 17.07.2001, 10.08.2001

MORGEN POST

www.mopo.de

FUSSBALL-SENSATION



Dortmund überholt Leverkusens

Seiten 30/31

FORMEL GÄHN

Dauer-Sieger Schumi

Seiten 42/43



Schon bestellt?

PEUGEOT 206 cc

Jetzt bestellen und in 4 Monaten fahren.
Garantierter ab € 18.670,-
5 Jahre Garantie inklusiv!*



Er übte das Töten am Computer



Robert Steinhäuser. Der 19-Jährige, der in Erfurt 16 Menschen erschoss. Eine monströse Tat, die Trauer und Entsetzen auslöste, auch bei Bundeskanzler Gerhard Schröder. Inzwischen steht fest: Steinhäuser hat das Mordkommando nicht geübt.



„Am Ende des Spiels wartet der Teufel“

- Christlich/deutsche Einflüsse (nach dem Tübinger Volkstumsforscher Herrmann Bausinger):
 - *Unterhaltung*
 - „Christus hat nicht gelacht.“ – Religion ist ernst. Gespielt hat Christus wohl auch nicht.

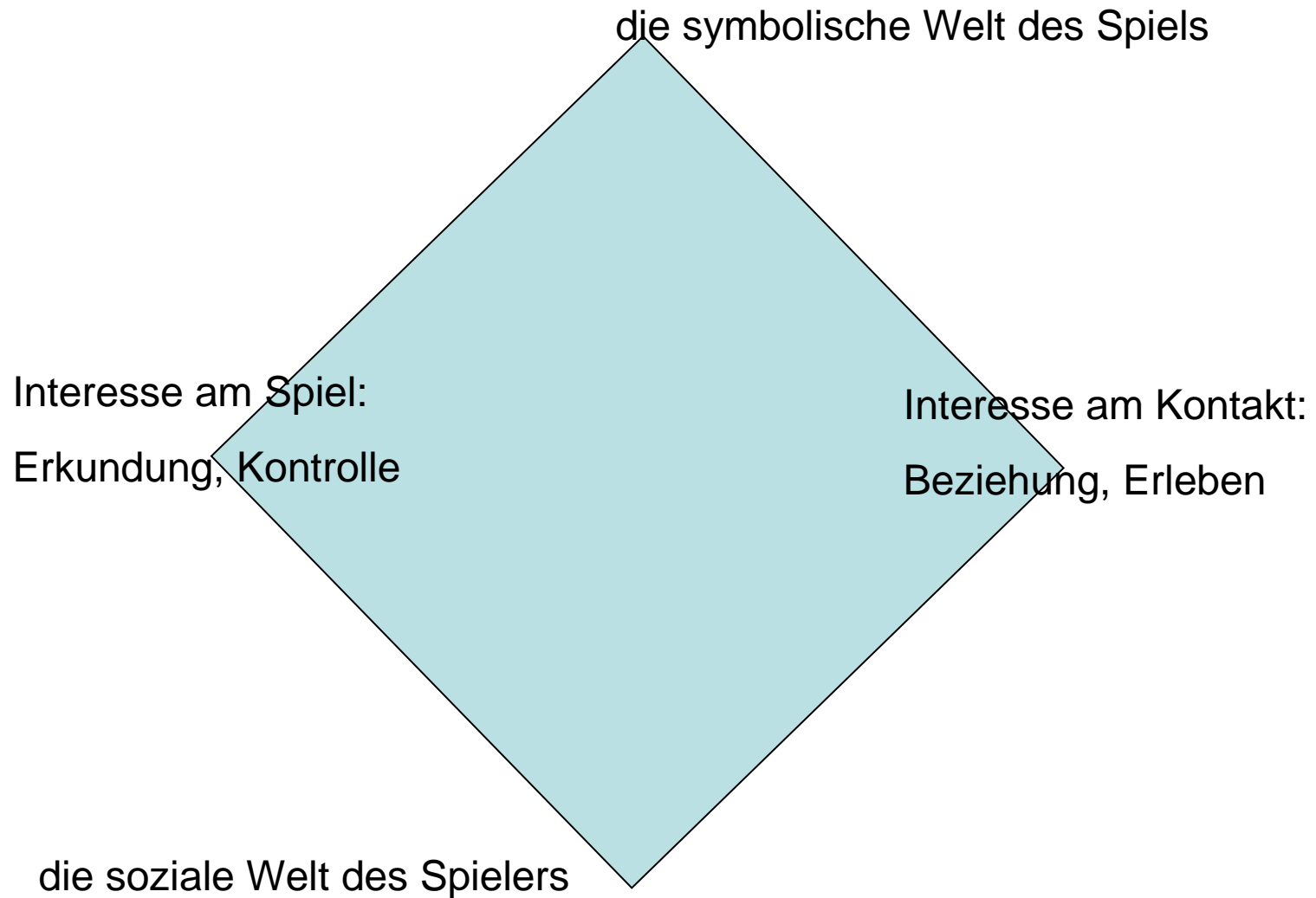
„Was uns Unglück bringt“

- ... Müssiggang, Lotterien, Unkeuschheit, scharfe Gewürze und scharfer Essig, heiß essen und kalt trinken..., Wirtshausleben, Theaterleben ...“ (aus der Dienstordnung eines pietistischen Unternehmers für seine Arbeiter)
- „aus der Komödie“ zu Gott?

- Es gibt eklige Spiele. Aber das ist in vielen Fällen auch eine Frage des Geschmacks.
- Auch harmlose Spiele kann man für gewalttätige Phantasien verwenden: Der Sinn von Zeichen wird von den Benutzern bestimmt.

- Die soziale Wirklichkeit der Spielerin/des Spielers ist relevant, nicht das Spiel
- Die phantastischen Möglichkeiten von Computerspielen

3.2 Spieler



Transfer und Transformation

- Fact-Ebene (Tatsachen, Wissen)
- Script-Ebene (Handlungsweisen)
- print-Ebene (Handlungsmuster)
- metaphorische Ebene (aus der Geschichte)
- dynamische Ebene (übergreifend)

- Die Kultur des neuen Kapitalismus (Richard Sennett) – welchen Platz lässt das den Jugendlichen von heute?
- Macht ihnen bessere Angebote, wenn sie zuviel spielen
- Nicht Motive, sondern Ziele, die mit dem Aufwachsen jedes Menschen verbunden sind: Selbstverwirklichung, Kreativität, Anerkennung, etwas leisten, Spass

3.3 Kontrolle und Selbstbestimmung

- Die soziale und kulturelle Integration der digitalen Medien ist eine Daueraufgabe. Für alle.
- Wir müssen im Kontakt mit den kommenden Generationen bleiben – nicht nur über Gesetze und Verordnungen, sondern durch Partizipation. Nur so bleiben wir am Leben

Notwendig: ein neuer Blick auf Spiele

- Anerkennung,
 - Selbstverwirklichung,
 - Kommunikation
 - Erfahrungen
-
- Ende der Arbeitsgesellschaft?

Aufforderung

- Spielen Sie. Und setzen Sie sich mit Spielen und Spielern auseinander.
- Erwerben Sie die Medienkompetenz, Spass am Spiel und auch am Computerspiel zu haben
- Überlassen Sie das Spielen nicht den Kindern, und die Spiele nicht der Industrie.
- Wir sind die Zivilgesellschaft, wir können die Entwicklung gestalten

Mehr Studien:

- Wie verändern sich die kulturellen Welten, in denen wir leben, ohne dass wir es merken?
- Wem nützt die Panikmache vor Computerspielen?
- Mehr empirische Untersuchungen, die ein Empowerment durch Medien in den Vordergrund rücken.

- Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

– Anmerkungen und Fragen:

» Jetzt

» Oder: Friedrich.Krotz@uni-erfurt.de