

## 19. Zusammenfassung

Es sind primär die Faktoren "Freizeit" und eine "Gruppe von Gleichaltrigen", die für die Geburt einer Jugend-Szene vonnöten sind (Roberts 1983). Heute verlagert sich jedoch das Gewicht weg vom Alter und hin zu verschiedensten Interessensschwerpunkten, die den Fokus der postmodernen, globalen Jugend-Szenen bilden (Hitzler 1999). Einer dieser Interessensschwerpunkte ist das Videospiel<sup>385</sup>.

Seit seiner Erfindung in den 1950er Jahren haben gigantische technologische und kulturelle Entwicklungen das Videospiel heute zu dem gemacht, was es ist: ein Massenmedium von ungemeiner Bedeutung für die globale Populärkultur der Industrienationen dieser Erde (Woodard und Gridina 2000). Professor Sheldon Brown nennt es sogar "the medium of our moment", ein Medium, das "unsere kulturelle Geschichte erzählt". Er fügt weiter hinzu, dass es immensen Einfluss auf zukünftige Generationen haben wird, da es primär (noch) ein Werkzeug der Jugend darstellt (Brown, zitiert in ESA 2005, p. 2).

Die kulturelle Signifikanz des Mediums wird besonders in seiner Möglichkeit zur Interaktion sichtbar. Damit ist nicht unbedingt die offensichtliche Interaktion von Spieler und Maschine gemeint, die ebenfalls zur Sonderstellung des Mediums beiträgt, sondern vor allem die autonome Verarbeitung der vom Spiel gebotenen symbolischen Ressourcen durch das Individuum. Konkret mündet diese symbolische Arbeit (Willis 1990) von Spielefans in selbstgeschriebene Hintergrundgeschichten für Spiele, selbst designte Spiele-Charaktere, selbst programmierte Modifizierungen des Spiele-Codes (*mods*) bis hin zu "in 3D--Spiel-Umgebungen gedrehten" Filme (*machinima*) und selbstgeschneiderte Kostüme, die den Spieler in seine Lieblingsspielfigur verwandeln (*cosplay*).

Das Videospiel lädt also nicht nur zum Spielen an sich ein, sondern ist oft auch ein Katalysator für die eigene Kreativität. Berichten von Spielern zufolge war es oft ein bestimmtes Spiel, das sie dazu antrieb, z.B. ein Grafik-Programm zu erlernen, um selber Spielefiguren zu kreieren, oder sich das Programmieren anzueignen (Tepe 2005).

Hinsichtlich der prosperierenden Spieleindustrie sind diese persönlichen Entwicklungen mehr als fruchtbar und nur zu begrüßen. In (post)industriellen Nationen, in denen die Arbeit immer weniger zur persönlichen Verwirklichung führen kann, bietet die Spieleindustrie eine begehrte Chance, das eigene Hobby zum prestige-trächtigen Beruf zu machen und selbst zur Entwicklung der gegenwärtigen Populär Kultur beitragen zu können.

Besonders für Mädchen bietet also das Videospiel nicht nur eine Möglichkeit, aus der Begrenztheit weiblicher Freizeitgestaltung auszubrechen (Kennedy 2005, Wearing 1998) und

Zutritt zu neuen sozialen Gemeinschaften zu erlangen, sondern auch neue Identitäten auszuprobieren und vor allem faszinierende, unстереotype Berufsmöglichkeiten ins Auge zu fassen

Das Phänomen Videospiele ist mehr als facettenreich und wie jedes andere Medium auch, birgt dieses Gefahren der Perpetuierung von Geschlechtsstereotypen oder Gewaltverherrlichung in sich (Southern 2002). Doch über den zahlreichen skeptischen, jedoch wissenschaftlich meist inkonsistenten Beiträgen, vor allem von der pädagogischen Front, vergißt man allzu leicht, daß das Videospiele erstens noch ein relativ junges Medium ist und zweitens, daß es sich in rasanter Entwicklung, vor allem die Genrevielfalt (Bryce und Rutter 2002) und Interaktionsmöglichkeiten betreffend, befindet.

Das Videospiele bietet neben einem genussvollen Einstieg in die Computertechnologie (Kennedy 2005, Greenfield und Cocking 1996, Hattie und Fitzgerald 1987, Kiesler et al. 1985, Greenfield 1984, Loftus und Loftus 1983) auch den Vorteil der Schulung bestimmter kognitiver Fähigkeiten (Subrahmanyam und Greenfield 1996, Law et al. 1993, McClurg und Chaillé 1987, Greenfield 1984), die z.B. für Architekten und Ingenieure von äußerster Relevanz sind. All diese Vorteile sind gerade für Mädchen von immenser Bedeutung, da sie es sind, die in unserer vom kulturell konstruierten Geschlechtsdualismus organisierten Gesellschaft (Hagemann-White 1984) eines besonderen Anreizes bedürfen, technische Bildungswege zu beschreiten, bzw. ihre räumlich-visuellen Fähigkeiten auszubauen, die die geschlechtsspezifische Sozialisation nicht gerade zu fördern vermag.

Abseits sexistischer Marketingkonzepte, hypersexualisierter weiblicher Spiele-Charaktere oder einer mehr oder weniger latenten feindlichen Haltung der männlich dominierten Spielergemeinde weiblichen Eindringlingen gegenüber, gibt es keinen inhärenten Grund, warum Mädchen und Frauen dem Videospiele abgeneigt sein sollten. Faktum ist, dass 43% der Computer- und Videospiele in den USA weiblich sind (ESA 2005, p. 3). Das Videospiele ist wie jedes Spielen nicht nur ein kultureller Akt (Huizinga 1938), sondern bietet die Möglichkeit, die von 47% der SpielerInnen gemeinsam mit FreundInnen genossen wird, virtuelle Welten zu erforschen, komplexe Verhältnisse von Effekt und Wirkung zu durchschauen, strategische Entscheidungen zu treffen, seine feinmotorischen Fähigkeiten wachsen zu sehen, Zufriedenheit aus einem gemeisterten Spiel zu schöpfen sowie (für Spielerinnen) in eine männliche Domäne einzubrechen – und dies alles in der sicheren Umgebung der eigenen vier Wände, was einen nicht zu unterschätzenden Faktor angesichts der elterlich erzwungenen "bedroom-culture" (Jenkins 1998, McRobbie und Garber 1976) darstellt, in der auch heute noch viele Mädchen leben<sup>386</sup>.

---

<sup>386</sup> In dieser Arbeit wird die Bezeichnung 'Videospiele' für das elektronische Spiel auf einer (fast) ausschließlich diesem Zweck gewidmeten Konsole (z.B. *Sony PlayStation*, *Nintendo Game Boy*, etc.) verwendet, während ein Computerspiel auf einem PC gespielt wird. Auf den Unterschied zwischen Computer- und Videospiele wird in der Proposition genauer eingegangen.  
<sup>387</sup> Dass Mädchen sich aber sowieso nicht einfach werlos in ihren Freizeitmöglichkeiten einschränken lassen und ihre bürokratische Ader mehr als auszuüben wissen, wies z.B. 1905 ein drucksvolles von zahlreichen Truppen begeisterter Mädchen

Interessanterweise sind es oft Videospiele japanischen Ursprungs, die für Mädchen den ersten positiven Kontakt zum Medium ermöglichen. Da der Videospielmarkt seit 1983 zu einem Großteil in japanischer Hand ist, muss eine Auseinandersetzung mit dem Thema auch Japans Populärkultur berücksichtigen. Japanische Spiele unterscheiden sich in Stil, Thematik und Ambition oft grundlegend von amerikanischen und europäischen Titeln (Ono 2005, Masuyama 2000, Grassmuck 1998). Die japanische Videospiel-Szene divergiert ebenfalls von ähnlichen Manifestationen im Westen. Die allgegenwärtige Japanisierung des Westens, nicht unwesentlich durch das Videospiel eingeleitet, könnte als Indikator für eine allgemeine populärkulturelle Trendwende zu sehen sein, die der Amerikanisierung vor allem in vielen Jugend-Szenen die Stirn zu bieten vermag.

Von besonderem Interesse für diese Arbeit ist der kulturelle Einfluß, den weibliche Jugendszenen auf die japanische Populär Kultur haben, die natürlich wiederum das Videospiel und vice versa prägt. Im Gegensatz zu westlichen Jugend-Szenen, die fast ausschließlich männlich dominiert sind, sind die eigenständigen kreativen weiblichen Szenen in Japan (Kinsella 1995) imstande, z. B. die gigantische Comic-Industrie maßgeblich zu beeinflussen (*shoujo manga*). Comic-Charaktere von japanischen Designerinnen wurden zu Ikonen japanischer Populärkultur und haben enorme wirtschaftliche Bedeutung (*Hello Kitty*, *Sailor Moon*, etc.).

Es ist darum nicht verwunderlich, dass auch die japanische Spieleindustrie, obwohl auch dort weibliche Arbeitskräfte noch in der Minderzahl sind, doch zumindest schon sehr früh auf den weiblichen Markt aufmerksam geworden ist<sup>387</sup>. Es werden nicht nur eigene Videospiel-Magazine für Mädchen publiziert und zahlreiche Merchandising-Artikel zum Verkauf angeboten, sondern es wird auch in der Herstellung vieler Spiele nicht nur an eine männliche Käuferschicht gedacht – ja manchmal sogar ausschließlich an eine weibliche (z.B. Dating-Simulationen, die in Anlehnung an die ursprüngliche Manga-Vorlage, vorwiegend die romantische Beziehung zwischen attraktiven Jungen zum Thema haben).

Auch die gegenwärtige Entwicklung in Korea, die den professionellen Spieler zum eigenen Berufsstand erhoben hat, und die von Millionen Spielern bevölkerten online- Welten Chinas lassen erahnen, von welchem gigantischem Ausmaß die Relevanz des Computer- und Videospiele als kulturelles Requisite der globalen Populärkultur ist.

Für Männer und Frauen hält das Videospiel nicht nur die Faszination interaktiver Unterhaltung und weltweiter Sozialkontakte bereit, sondern auch die Möglichkeit, als Produzenten kultureller Inhalte einen interessanten Beruf in einer blühenden Branche (ESA 2005) zu ergreifen.

---

bewiesen, die in eigenhändig geschneiderter Montur völlig unerwartet beim ersten Jahrestag der Boy Scouts am Crystal Palace aufmarschierten, und ihrem Begehren nach einer eigenen Pfadfinderbewegung Luft machten (Mitchell 1995).  
<sup>387</sup> z. B. mit dem 1980 erschienenen Arcade-Titel *Pacman* von *Namco*.