



**Johannes Fromme/  
Norbert Meder/Nikolaus  
Vollmer:**

*Computerspiele in der  
Kinderkultur.* Opladen:  
Leske + Budrich 2000.  
36,00 DM, 251 Seiten.

### „Folgenloses Probehandeln“ – Studie über Computerspiele in der Kinderkultur

Angeblich wurde bereits im Jahr 1951 das erste Computerspiel entwickelt, eine Version des Dame-Brettspiels. Doch es dauerte weitere gut zwanzig Jahre bis zur ersten Verbreitung der neuen Freizeitform. 1972 gründete Nolan Bushnell die Firma Atari und brachte das Spiel *Pong* auf den Markt, eine für heutige Ansprüche geradezu infantile Herausforderung: In dieser Tennis-Variation muss der Spieler verhindern, dass ein Lichtpunkt den Bildschirmrand erreicht. Weitere rund dreißig Jahre später haben sich Computerspiele längst in der Kinderkultur etabliert. Weit über 90 % aller Jungen und circa 80 % aller Mädchen unter 15 Jahren nennen Bildschirmspiele als Freizeitbeschäftigung. Die meisten von ihnen machen nicht den Eindruck, als litten sie unter den Symptomen, die Technikritiker in den achtziger Jahren prophezeit haben (Vereinsamung, mangelnde Kreativität, Aggressivität). Ohnehin war und ist die Diskussion in der Öffentlichkeit (wie bei vielen technischen Neuerungen) geprägt von Unkenntnis, Kulturpessimismus und Bewahrpädagogik. Computerspiele sind für Kinder, wie anderes Spielzeug auch, Vermittler zwischen innerer und äußerer Welt, zwischen der Welt der Wünsche und der Welt der Gegenstände (und Mitmenschen). Selbst „Ballerspiele“ haben ihr Gutes: Auch sie sind eine mögliche Form, sich die Welt anzueignen. „Umgangslernen“ nennen dies der Pädagoge Johannes Fromme und der Soziologe Nikolaus Vollmer: ein „Aneignungsprozess“, der sich durch Pädagogik nicht vermitteln lasse.

In ihrem gemeinsam mit dem Informatiker Norbert Meder verfassten Buch *Computerspiele in der Kinderkultur* appellieren die Wissenschaftler zu mehr Gelassenheit gerade bei den gewalttätigen Spielen. Erwachsene seien zwar in der Regel abgestoßen (oder spüren zu ihrem Unbehagen, dass sie selbst fasziniert sind), weil die oftmals brutalen Inhalte sämtlichen pädagogischen Intentionen zuwiderlaufen. Die Ergebnisse einer Untersuchung von Fromme/Meder/Vollmer relativieren die Befürchtungen der Eltern jedoch. Mit ihrer Studie *Evaluation der Computerspielkultur bei Heranwachsenden* erforschten sie, wie die spielerischen Aneignungsprozesse verlaufen und wie die Spielenden selbst sie deuten.

Der Ansatz von Fromme und seinen Kollegen ist von jener Haltung geprägt, die auch die Forschung etwa von GMK oder JFF-Institut auszeichnet: Kinder werden als Subjekte betrachtet, als Handelnde, sie sind den Medien keineswegs hilflos ausgeliefert. Gerade für Computerspiele reichten konventionelle Spieltheorien ohnehin nicht aus, denn hier handle es sich um die Kombination von Medium und Spielzeug; der interaktive Umgang sei gleichbedeutend mit einem „folgenlosen Probehandeln“.

Mit ihrer Studie wollen Fromme und Co. „das reflexive Verhalten der Heranwachsenden zu ihrer eigenen Spielkultur“ analysieren. Im Mittelpunkt stand u. a. die Frage, wie die Jugendlichen die verschiedenen Dimensionen von Video- und Computerspielen beurteilen. Erforscht wurde bei der Gelegenheit mit Fragebögen und Interviews das komplette Umfeld: Wer sind die Spielpartner, wer

gibt Empfehlungen, wie sieht das Freizeitverhalten aus etc. Der enorme Informationsgewinn umfasst nicht nur Zahlen zu Nutzungshäufigkeit und Spielvorlieben. Es ergaben sich auch verschiedene Spielertypen sowie Unterschiede (aber auch Übereinstimmungen) zwischen Jungen und Mädchen, und jüngeren Kindern, In- und Ausländern, Hauptschülern und Gymnasiasten. Nur ein Stadt/Land-Gefälle wurde nicht festgestellt. Natürlich decken sich viele der Ergebnisse mit den Erwartungen (Jungen bevorzugen Jump-and-Run-Spiele). Oft ist es aber gerade der Kontext, der neue Erkenntnisse vermittelt: Der Anteil der Hauptschüler an jener Gruppe, die auf Prügelspiele und Ballerspiele steht, ist nicht zuletzt deshalb so hoch, weil Hauptschüler – wie auch Kinder von Aussiedlern oder aus dem moslemischen Kulturkreis – überwiegend an Konsolen spielen; viele Strategiespiele aber gibt es nur in Versionen für den Computer.

Fromme/Meder/Vollmer relativieren auch den Einfluss der Spiele auf die Kinder. Für die meisten sind Konsole und Computer bloß Medien zweiter Wahl, ein Lückenfüller bei schlechtem Wetter oder Langedeweile; die Mehrheit der Kinder nennt als bevorzugte Freizeitbeschäftigungen das Spielen mit Freunden, Musik hören, Sport treiben und Lesen. Auch dies deckt sich also nicht mit dem Vorurteil, Bildschirmspiele würden andere Aktivitäten verdrängen. Für 30 % der befragten Jungen und 18 % der Mädchen haben die Geräte allerdings eine größere Bedeutung; diese Kinder verbringen auch mehr Zeit vor dem Fernseher als der Durchschnitt. Die Autoren lassen offen, ob es sich

dabei um eine Phase handelt; Näheres ließe sich nur mit einer Langzeituntersuchung herausfinden.

Wem die gesamte Thematik eher fremd ist, kann in diesem Buch auch über die Spiele selbst einiges lernen; die diversen Spielgenres werden genau beschrieben. Und Skeptikern halten Fromme und seine Kollegen die positiven Lerneffekte entgegen: Kinder werden früh mit dem PC vertraut, entwickeln räumliche Vorstellungskraft und visuelle Intelligenz; außerdem wird ihre Leistungsbereitschaft angestachelt – und all dies völlig unabhängig von den jeweiligen Inhalten der Spiele. Das Fazit der Autoren: Sie empfehlen eine „neue pädagogische Bescheidenheit“; professionelle Pädagogen müssten Abschied nehmen vom Ideal, Entwicklungs- und Lernprozesse des ganzen Menschen steuern zu wollen.

*Tilman P. Gangloff*

## Digitales TV

Die Einführung des digitalen Bezahlfernsehens stand bisher in Deutschland unter einem schlechten Stern. Prognosen und Erwartungen wurden nicht erfüllt, die Marketingstrategien ließen zu wünschen übrig, zugleich wurden Milliarden in Programmrechte investiert. Nun liegt erneut eine Studie vor, die sich mit dem Potential und den Perspektiven des Pay-TV befasst. Im Auftrag der Universal Studios Networks Deutschland GmbH wertete das Adolf Grimme Institut zwischen Januar 1998 und Oktober 1999 die Berichte in Fachpublikationen, Zeitungen und Zeitschriften aus sowie Marktdaten und Studien, die sich in unterschiedlicher Weise der Entwicklung des Medienmarkts widmeten. Ergänzt wurde diese Auswertung durch eine schriftliche und telefonische Befragung von insgesamt 292 Experten aus den Bereichen Telekommunikation/Netzbetreiber, Mediaplanung, Werbung/Vermarkter, Verlagswesen sowie Fachpublizisten und Vertretern aus einschlägigen wissenschaftlichen Disziplinen. Das Buch beginnt mit einer Bestandsaufnahme des digitalen Pay-TV in Deutschland und blickt dabei auch über die Grenzen, denn es wird kurz die Entwicklung in Frankreich, Großbritannien, Spanien und Italien dargestellt – ein nützliches Unterfangen, bedenkt man die Verflechtungen im Medien- und Telekommunikationsbereich in Europa. Daneben werden die medienpolitischen, rechtlichen, technischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie die Medienausstattung und -nutzung beleuchtet. Schließlich werden die Entwicklungspotentiale des Pay-TV

anhand von sechs Themenfeldern dargestellt (S. 60):

1) Programm- und Angebotsstrategien, 2) technische Verbreitungswege und Decoder-Standard, 3) medien- und kartellrechtliche Rahmenbedingungen, 4) Nutzungspräferenzen des Publikums, 5) Konvergenz und Konkurrenz von digitalem Pay-TV und Online-Angeboten und schließlich 6) Finanzierungs- und Marktpotentiale. Während in den Studien zum digitalen Pay-TV vor allem das große Free-TV-Angebot für den bisher geringen Erfolg verantwortlich gemacht wird und von den Veranstaltern medien- und kartellrechtliche Einschränkungen ins Feld geführt werden, sehen die befragten Experten die Gründe der mangelnden Verbreitung in zu hohen Abonnementgebühren (62,0%), dem Fehlen eines einheitlichen Decodersystems (58,9%), der geringen Attraktivität des Programms (36,3%) und den zu hohen Decoder-Kosten (33,2%). Damit nennen sie hauptsächlich Gründe, die man unter dem Gesichtspunkt der Kundentreue zusammenfassen könnte. Wenn man den Kampf um Sportübertragungsrechte und die Preise, die dafür gezahlt wurden, verfolgt hat, verwundert es doch, dass die Experten den Sport erst an vierter Stelle (43,5%) der Programmangebote nennen, die dem digitalen Pay-TV zum Durchbruch verhelfen könnten. An erster Stelle stehen internationale Ereignisse (79,8%), vor Erotik (64,4%) und Kinofilmen (61,3%). Allerdings ist im Hinblick auf den Sport einschränkend zu sagen, dass die befragten Experten zu den Ereignissen auch internationale Sportereignisse zählen. Auf alle Fälle sind genügend attraktive Pro-



**Hans Paukens/Andreas Schümchen:**  
*Digitales Fernsehen in Deutschland. Explorative Studie zur Entwicklung digitaler Pay-TV-Angebote.* (Edition Grimme 2). München: Verlag Reinhard Fischer 2000. 30,00 DM, 131 Seiten m. Tab.