

Computerspiele als Instrument der Kriegspropaganda

Bietet Friedensjournalismus eine Alternative?

von Rune Ottosen

Computerkriegsspiele haben ihre politischen und ökonomischen Wurzeln im militärisch-industriellen Komplex. Spiele wie »America's Army« werden von den Streitkräften zur Ausbildung und Rekrutierung genutzt und dienen zugleich der Propaganda, um im »Global War on Terror« die »hearts and minds« der Öffentlichkeit zu gewinnen. Für Fans von Computerspielen gibt es aber auch alternative Angebote, die Wege zur friedlichen Konfliktlösung aufzeigen, beispielsweise »Global Conflicts: Palestine«. Dieser Beitrag untersucht, ob sich die Erfahrungen mit den geltungsschen Konzepten des Kriegs- und des Friedensjournalismus auf Computerspiele übertragen lassen und was das bedeuten kann.¹

Friedensjournalismus im Sinne von Johan Galtung sieht im Krieg als solchem ein Problem und wirbt für die Gewaltfreiheit als Mittel der Konfliktlösung (Galtung 1990, 2002). Galtungs Konzept gründet auf der Dichotomie zwischen dem, was er als »Kriegsjournalismus« bezeichnet, und dem Konzept des »Friedensjournalismus«. Das Konzept umfasst vier Hauptpunkte, anhand derer er die zwei Konzepte miteinander vergleicht: Kriegsjournalismus zeichnet sich durch Gewaltorientierung, Propagandaorientierung, Eliteorientierung und Siegorientierung aus. Dieser Ansatz wird oft mit einem Nullsummenspiel verglichen, bei dem es (wie in der Sportberichterstattung) nur einen Ge-

winner geben kann. Kriegsjournalismus ist prototypisch für die traditionelle Kriegsberichterstattung der Mainstream-Medien, bei der die Journalisten ausblenden, dass die Medien in einem Konflikt eine eigenständige Rolle spielen und häufig zur Eskalation beitragen, indem sie die Propaganda reproduzieren, die die Konfliktparteien für ihre Medienstrategien und PR- bzw. Öffentlichkeitskampagnen entwickelt haben (vgl. Ottosen 2007).

Das Konzept »Friedensjournalismus« hat einen moralischen und ethischen Ausgangspunkt und nimmt zur Kenntnis, dass die Medien, ob absichtlich oder unabsichtlich, selbst eine Rolle in dem Propagandakrieg spielen. Friedensjournalismus entscheidet sich bewusst dafür, den Lesern und Zuschauern durch Lösungsorientierung, Menschenorientierung und Wahrheitsorientierung zusätzliche Betrachtungsweisen zugänglich zu machen. Dazu gehört auch, friedliche Möglichkeiten der Konfliktlösung aufzuzeigen, die die Konfliktparteien unter Umständen aus Eigeninteresse ausblenden. Friedensjournalismus ist menschenorientiert in dem Sinne, dass er die Opfer (häufig sind das Zivilisten) ins Blickfeld rückt und somit den Stimmlosen eine Stimme gibt. Und er ist wahrheitsorientiert, d.h. er deckt die Lügen sämtlicher Seiten auf und enttarnt die Propaganda als Mittel zur Fortsetzung des Krieges (Galtung 2002). In ihrem Buch »Peace Journalism« (2005) entwickelten Jake Lynch und Annabel McGoldrick das geltungssche Konzept so weiter, dass es für Journalisten praktisch nutzbar wurde. Kurz gesagt streben sie an, »die Aufmerksamkeit für Gewaltfreiheit und Kreativität im praktischen Tagesgeschäft beim Redigieren und Nachrichtenzusammenstellen« zu stärken (Ibid).

Im Folgenden soll untersucht werden, ob sich die Erfahrungen aus dem Nachrichtensektor auf Unterhaltungsmedien übertragen lassen.

Computerspiele als Massenmedien

In seinem Buch »Trigger Happy« (2004) stellt Steven Pole die These auf, Computerspiele müssten im Kontext von Massenmedien untersucht werden. Ein Verständnis der Massenkultur unter Jugendlichen sei ausgeschlossen, wenn die wachsende Computerspiele-Industrie unberücksichtigt bleibe. Schon 1999 gaben US-Bürger im dritten Jahr in Folge an, Computerspiele seien ihr liebstes Freizeitvergnügen. Doppelt so viele Menschen machen lieber Videospiele, als fern zu sehen (Poole 2004). Videospiele sind dreimal beliebter als Kino und sechsmal beliebter, als einen Film auszuleihen. Schon zur Jahrhundertwende verkaufte Sony allein in Großbritannien jedes Jahr fünf Millionen seiner PlayStation-Produkte.

Onlinespiele sind das Segment mit der höchsten Wachstumsrate in diesem Markt. Der norwegische Medienforscher Rotil Mortensen zeigte auf, dass Computerspiele im Jahr 2006 eine gänzlich andere und wichtigere Rolle in der Jugendkultur spielten als noch zehn Jahre zuvor (Mortensen 2006). 2003 wurden mit Spielekonsolen und -software alleine in den USA und Europa schätzungsweise 17 Milliarden US\$ Umsatz erzielt. Laut Marktanalysen ist der Umsatz mit Onlinespiel-Abonnements im Zeitraum von 2002 bis 2005 von 500 Mio. US\$ im Jahr auf zwei Mrd. US\$ gestiegen. Für 2011 wurde ein weiterer Anstieg auf sechs bis acht Mrd. US\$ erwartet. Der neueste Trend ist der Kauf von Spielfiguren und -objekten mit echtem Geld. Das Spiel »Project Entropia« ist durch einen Avatar mit der Kreditkarte des Spielers verlinkt. Die populärsten Spiele wie »Everquest« und »World of Warcraft« haben sich zu regelrechten Geldmaschinen entwickelt (Stordal 2006).

Kurzum: Computerspiele werden sich nicht einfach in Luft auflösen. Entsprechend müssen Friedensforscher die Message dieser Spiele ernster nehmen als bisher. Dazu müssen wir uns auf die wissenschaftliche Literatur über Computerspiele stützen (Aarsetz 2001; Miller 2006; Haddon 1999; Karlsen 1998).

Kultur der Gewalt in Computerspielen

Die Gewalttätigkeit der Spieleinhalte nahm mit der Qualität von Videospiele zu, und die Gewaltdarstellung wurde zunehmend realistischer. »Street Fighter II« startete 1991 mit einer naturgetreuen dreidimensionalen Darstellung. In dem Spiel stehen mächtige blaue Lichtspuren für vorbeiziehende Glieder oder Feuerballangriffe. »Mortal Kombat« von 1992 hingegen führte in der Politik zu Diskussionen: es zeigte unheimlich detailgetreue Todesdarstellungen, in denen z.B. eine siegreiche Figur die Wirbelsäule des Gegners herausreißt und triumphierend in die Höhe hält, mit allen blutigen Details (Poole 2004). Mithilfe von »motion capture«, einer Technik, in der zuerst Kampfkunst-Darsteller gefilmt und die Aufzeichnungen dann als Bewegungscode für die virtuelle Welt digitalisiert werden, wurde die Darstellung von Kampfscenen und Kriegen zunehmend realistischer (Ibid.).

Poole schlägt eine Erklärung vor, weshalb Kriegsspiele in der Videospieleindustrie so erfolgreich sind: Die militärische Logik passt gut zur Logik des Spiels. Lehnssesselgenerale sind mit Spielen wie »God of War«, einem Echtzeit-Strategiepiel, gut bedient. Das natürliche Setting dieser Spiele ist der Krieg. In einer gottähnlichen Rolle (sämtliche Militäroperationen werden von ihm geleitet) wird der Spieler von Beratern (Schauspielern und Videoclips) gebrieft und muss bestimmte Missionen ausführen. Dazu gibt er an zahlreiche kleine Truppeneinheiten auf dem Schlachtfeld Befehle aus. Der Spieler klickt auf eine bestimmte Einheit und gibt ihr z.B. die Anweisung, sich an einen anderen Ort zu begeben, eine andere Einheit anzugreifen, sich zu verteidigen oder sich zu zerstreuen (Ibid.).

Die erfolgreiche Serie »Command and Conquer« basiert auf historischen Begebenheiten und bedient sich der Logik, die der militaristisch ausgerichteten Geschichtsschreibung zugrunde liegt. Das Spiel konzentriert sich auf »Action« auf echten »Kriegsschauplätzen«. Anstatt den Spieler dazu zu animieren, über Konfliktlösungsstrategien nachzudenken und zu überlegen, wie ein Krieg verhindert oder eine friedliche Konflikttransformation herbeigeführt werden könnte, bietet das Spiel Hightech-Waffen an, mit denen die eigenen Truppen den »Feind« verfolgen und schlagen können.

Die »Siegösungen« in den Kriegsspielen passen perfekt in das oben beschriebene Kriegsjournalismus-Konzept von Galtung. Es ist ein Nullsummenspiel mit zwei Parteien und einem »Gewinner«. Die Logik dieser Spiele entspricht der Logik des Kalten Krieges mit einer guten und einer bösen Seite. Die heutigen Computerspiele gehen alle auf das Angst einflößende Arcade-Spiel »Missile Command« von Atari zurück, das 1980 erschien. Dieses Spiel war die Weiterentwicklung einer militärischen Simulation, mit der herausgefunden werden sollte, wie viele Atomsprengköpfe ein menschlicher Operator auf dem Radarschirm verfolgen kann, bevor er den Überblick verliert. Da die Spiele insgesamt immer komplexer und hybrider werden, wurden die Kernelemente der Echtzeitstrategie (die Kontrolle mehrerer Spielelemente und taktische Erwägungen) von den Kriegsspielen für andere Spielegenres übernommen (Poole 2004).

Computerspielen und realer Krieg

Evan Wright, Autor des Buches »Generation Kill«, verbrachte zwei Monate mit 23 Marines des 1. Aufklärungsbataillons des US Marine Corps, einer militärischen Eliteeinheit, die bei der Invasion in den Irak 2003 an vorderster Front agierte. In seinem Buch erwähnt Wright einen Marine, der das Computerspiel »Grand Theft Auto: Vice City« erwähnt, als er von einem Angriff seiner Einheit gegen vorgebliche Aufständische erzählt: *„Mir ging eines durch den Kopf, als wir auf diesen Hinterhalt zufuhren: »Grand Theft Auto: Vice City«. Ich hatte das Gefühl, es selbst zu leben, als die Flammen aus den Fenstern schlugen, das zerfetzte Auto auf der Straße stand, und die Typen herumschlichen und auf uns schossen. Es war verdammt cool.“* (zitiert in Herbst 2005)

Wright beschreibt, was die Gewalt in Videospiele mit den Erlebnissen auf dem Schlachtfeld zu tun hat. Er vergleicht den Krieg im Irak mit früheren Kriegen und kommt zum Schluss, dass die Soldaten schießwütiger sind. Wright bezieht sich auf das Buch »On Killing« von Dave Grossman und legt dar, dass in früheren Generationen nur 15-20 Prozent der kämpfenden Infanteristen bereit waren, die Waffen wirklich abzufeuern, während er in »seiner« Einheit des Marine Corps keinerlei Schießhemmungen

beobachten konnte. Er geht davon aus, dass diese Verhaltensänderung etwas mit der Gewalterfahrung in Unterhaltungsmedien zu tun hat (zitiert in Matera 2005).

In einem anderen Artikel erzählt Wright, dass die Soldaten in der Einheit recht offen über das Töten von Zivilisten sprachen; einer sagte sogar, dass der Militärfarrer der Einheit das erlaube – solange ihnen das Töten keinen Spaß macht. Wright zitiert diesen Soldaten und schreibt: *„[...] als die Einheit die Außenbezirke von Bagdad erreichte, war der Sergeant überzeugt, er habe mindestens vier Männer getötet. Der Vorgesetzte lobte die Einheit für das »Abschlachten der Drahten« auf dem Weg nach Bagdad, und der Sergeant sagte seinen Leuten später, »Wenn wir zu Hause nur halb so viel Scheiße angestellt hätten wie hier unten, würden wir im Knast landen.“* (Wright 2004b)

Militär und Unterhaltungsindustrie

Das Verhältnis zwischen Unterhaltung und Krieg ist auch durch die strategische Zusammenarbeit zwischen dem militärisch-industriellen Komplex und der Unterhaltungsindustrie geprägt. Der Ursprung der Videospiele reicht in den Kalten Krieg zurück, und die entsprechende Technologie kommt aus der staatlichen Atomforschungsanlage Brookhaven National Laboratory sowie von einem Ingenieur, der für das Manhattan-Projekt, also für die Atombombe, elektronische Komponenten entwickelt hatte (Herman 1997). In einem Grundsatzpapier von 1996 betonte der US National Research Council (Nationaler Forschungsrat), dass bei Themen wie Modellierungs- und Simulationstechnologien der Kooperation zwischen dem Verteidigungsministerium und der Unterhaltungsindustrie ein besonders hoher Stellenwert zukomme. In dem Papier findet sich folgende Aussage: *„Für das DoD [Verteidigungsministerium] bieten Modellierungs- und Simulationstechnologien eine kostengünstige Möglichkeit, um streitkräfteübergreifende Wehrübungen durchzuführen, neue Doktrinen und Taktiken zu evaluieren und die Wirksamkeit neuer Waffensysteme zu analysieren.“* (Zitiert nach Burston 2003).

Der Stellenwert dieser Kooperation schlägt sich in den kommerziellen Computerspielen nieder. 2002 kam das Spiel »Desert Storm« auf den Markt, also mehr als zehn Jahre nach dem [zweiten] Golf-

krieg und ein Jahr vor dem nächsten Krieg gegen Irak. Es drängt sich die Vermutung auf, dass der Zeitpunkt nicht zufällig gewählt war. Es könnte bei der Rekrutierung neuer Soldaten hilfreich sein, das Gefühl des 1991er Sieges in jenem Land wieder heraufzubeschwören, in dem bald ein neuer Krieg stattfinden sollte. Um aus dem Spiel als Sieger herauszugehen, musst du so agieren, wie die US-Soldaten 1991. Bist du auf der Seite der Iraker, dann verlierst du und wirst

nismus herausbildete, ist die aktuelle Renaissance aber der Vorbote einer post-humanen Ära, in der der Mensch mit der intelligenten Maschine verschmilzt. Lenoir formuliert das so: „*Im post-humanen Zustand gibt es keine Grenzlinie mehr zwischen der körperlichen Existenz und der Computersimulation, zwischen kybernetischen Mechanismen und biologischen Organismen.*“ (Lenoir 2000)

Lenoir bringt die technologische Revolution, die in der Computerspielindu-

Kooperation zwischen dem akademischen Bereich und der Industrie.

Die Geschichte begann vor 40 Jahren. Sutherland kam von der Harvard University, die Finanzierung für sein Projekt kam aber aus unterschiedlichen Quellen: dem Militär, Universitäten, der Industrie und der Central Intelligence Agency. Die CIA unterstützte das Projekt 1966 mit 80.000 US\$; weitere Gelder kamen von der ARPA (die später in DARPA umbenannt wurde), dem Office of Naval Re-



getötet. Welche Botschaft sendet dies an junge Menschen (überwiegend Jungs) in einer Vorkriegssituation? (Nohrstedt und Ottoson 2005)

Die politische Ökonomie der Spieleindustrie

Für das Verständnis der politischen und ökonomischen Wurzeln der Kriegsspieleindustrie ist ein Artikel von Tim Lenoir (2000) sehr aufschlussreich. Lenoir beginnt mit der Feststellung, er sei fasziniert von dem Gedanken, dass wir kurz vor einer Renaissance stehen, die mit der im 14. und 15. Jahrhundert vergleichbar, dabei aber eng mit einer Revolution der Informationstechnologie gekoppelt sei. Im Gegensatz zur Renaissance des 14. Jahrhunderts, in der sich u.a. der Huma-

strie stattfindet, in Verbindung mit Forschungsagenturen wie der zum Pentagon gehörenden Defense Advanced Research Projects Agency (DARPA), einigen privaten Unternehmen wie Xerox Parc und der universitären Forschung. Seit 1996 werden im Rahmen des DARPA-Programms »Smart Modules« neue Verfahren entwickelt und erprobt, die für die realistische Gefechtsfeldsimulation neue Technologien (z.B. Mikroprozessoren) mit leichten, energiesparenden Modulpaketen kombinieren (Ibid.). Lenoir weist auf den Zusammenhang zwischen dem Militär mit seinem Bedarf an Simulations- und Trainingsprogrammen und der Unterhaltungsindustrie hin und beschreibt anhand der Entwicklung von Ivan Sutherlands Datenhelm-Projekt die

search der US Navy und den Bell Laboratories. Der Hubschrauberhersteller Bell stellte Ausrüstung zur Verfügung, und die US-Luftwaffe steuerte Computer des Typs PDP-1 bei. Die Lincoln Laboratories des Massachusetts Institute of Technology (MIT) entwickelten für das Projekt im Auftrag der ARPA einen Ultraschallsensor zur Erfassung der Kopfposition des Benutzers, dem bei der neuen Videospieletechnologie eine Schlüsselrolle zukam. 1968 wechselte Sutherland an den Fachbereich Informatik der University of Utah, in der Folge eine Schlüsselinstitution für die Entwicklung neuer Computertechnologie und -graphik (Ibid.). Die neuen Animationstechnologien wurden auch in Filmen wie »Jurassic Park« und »Toy Story« eingesetzt. Der kommerzielle Durchbruch

kam 1993, als Silicon Graphics, NEC und Nintendo eine Partnerschaft ankündigten und die leistungsfähigste Spiele-Engine der Welt auf dem Markt brachten. 1997 wurde das Spiel »Super Mario 64« mit zwei Mrd. US\$ Umsatz ein Welterfolg.

Der Erfolg des Ego-Shooter-Spiels »Doom II: Hell on Earth«, das 1994 auf den Markt kam, animierte das US Marine Corps dazu, den nächsten Schritt bei der Kommerzialisierung von Kriegsspielen einzuleiten. In Kooperation mit dem Unternehmen MÄK Technologies wurde nach Spezifikationen des US Marine Corps ein taktisches Operationsspiel entwickelt. Der Vertrag sah vor, das Spiel später als offizielles taktisches Trainingsspiel des Marine Corps zu vermarkten. Neben dem Einsatz im Verteidigungssektor wurde die MÄK-Software für etliche Unterhaltungsfirmen (wie Total Entertainment Network und Zombie Virtual Reality Entertainment) lizenziert, um 3D-Videospiele für mehrere Benutzer zu entwickeln. Ein Beispiel ist »Spearhead«, das von Interactive Magic herausgegeben wurde und über das Internet gespielt werden kann, bei der Distribution des Spiels also noch einen Schritt weitergeht. Die Netzwerktechnologie entspricht der für militärische Simulationen und entwickelte sich zum neuen Standard für sämtliche Simulationsprogramme des US-Verteidigungsministeriums, das im ganzen Verantwortungsbereich ein einheitliches technisches System umsetzen will, um die Interoperabilität sämtlicher Modelle und Simulationen zu gewährleisten.

MÄK profitiert von der Kooperation sowohl mit dem Militär wie mit dem kommerziellen Sektor, ließ sich die US-Regierung die Entwicklung dieser Technologie doch fast 500 Mio. US\$ kosten. Die Kooperation zwischen MÄK und dem Marine Corps mündete außerdem in einem Vertrag für »MEU 2000«, einem computergestützten taktischen Entscheidungsfindungsspiel für die Marine Expeditionary Unit des US Marine Corps und für den kommerziellen Markt. In diesem Mehrbenutzer-Spiel übernimmt jeder Spieler einen Posten in der Kommandohierarchie der US- oder der gegnerischen Kräfte. »MEU 2000« wurde zum Prototyp für nachfolgende Spiele, bei denen die Version für das Militär präzisere Taktik- und Waffendetails aufweist als die kommerzielle Version. Beide Versionen können aber von mehre-

ren Spielern über das Internet gespielt werden (Lenoir 2000).

»America's Army« – eine Erfolgsgeschichte

Eine der größten globalen Erfolgsgeschichten auf dem Computermarkt ist das offizielle Computerspiel der US Army (Nieborg 2006). Von der Einführung als »America's Army: Recon« am 4. Juli 2002, dem Nationalfeiertag der USA, bis 2006 wurden 22 neue Versionen herausgebracht. Das Spiel gibt es in mehreren Varianten; eine davon reproduziert das Bild des tapferen US-Soldaten und kann über das Internet kostenlos geladen werden. Auf der Homepage des Spiels wird in der Einführung erklärt: *„Die Soldaten der Spezialkräfte spiegeln die Armee wieder, in der sie dienen. Es sind mutige, intelligente, einfallreiche und engagierte Personen.“* Eine neue Version des Spiels wurde im Mai 2003 (dem Jahr der Irakinvasion) auf der Unterhaltungsmesse Electronic Entertainment Expo in Los Angeles/Kalifornien vorgestellt. Bei dem Event wurden die reale und die virtuelle Welt miteinander vermischt: Vor der Messe standen reale Panzer, während die Air Force Division 101 einen simulierten Angriff startete (Pilet 2003). Im Ausstellungsgebäude wurde das neue Spiel als Werkzeug zur Rekrutierung neuer Soldaten für die reale US-Armee vorgestellt, während es im Internet gleichzeitig als kostenloses Videospiel beworben wurde (Løvlie 2007). Im November 2003 wurde »America's Army« schon von zwei bis drei Millionen Spielern gespielt; bis Herbst 2011 stieg die Zahl auf über neun Millionen. Das Spiel rangiert somit unter den beliebtesten Spielen weltweit (Wikipedia 19. Dezember 2011).

Natürlich stellt sich die Frage, warum das Spiel kostenlos angeboten wird, obwohl es ein globales Marktpotential hat. Die offensichtlichste Antwort: Es wird in den USA zur Rekrutierung neuer Soldaten genutzt. Außerdem soll das Spiel beim heimischen und internationalen Publikum das Image der US Army stärken (Løvlie 2007). In einem Interview mit den Informationsdienst Army News Service stellte Oberst Casey Wardynski (Direktor des Office of Economic and Manpower Analysis der US Army, Projektmanager von »America's Army« und außerordentlicher Professor für Ökonomie an der US Military Academy) klar, wie wirksam dieses Spiel ist: *„Das Spiel*

hat Interesse an der US Army erzeugt und den Menschen das Soldatenhandwerk nahe gebracht.“ In einer Umfrage unter 16-21-jährigen Jugendlichen gaben 29 Prozent an, »America's Army« sei die effektivste Methode, Interesse am Militär zu wecken (Petemeyer 2004).

Außerdem sollte die Wirksamkeit des Spiels zu Propagandazwecken nicht unterschätzt werden. Das Spiel ist extrem einseitig und bietet zur Lösung eines Konflikts ausschließlich militärisches Vorgehen an. Überdies werden sämtliche Themen aus US-Sicht abgehandelt.

Die Homepage von »America's Army« wird regelmäßig aktualisiert und stellt z.B. reale Soldaten der US Army inklusive Name, Photo und Lebenslauf vor, wodurch sich der Unterschied zwischen den »realen Helden« im Dienste der USA und den fiktiven Soldaten im Computerspiel verwischt.

Die Botschaft von »America's Army«

Beim Versuch, die nicht-verbale Botschaft in »America's Army« einer rhetorischen Analyse zu unterziehen, greift der norwegische Wissenschaftler Anders Sundnes Løvlie auf die visuelle Analyse des französischen Philosophen Roland Barthes zurück. Nach Barthes lässt sich die Botschaft eines Bildes auf drei Ebenen analysieren: *„Die linguistische Botschaft, die denotative (oder uncodierte, ikonische) Botschaft und die konnotative, kulturelle oder symbolische Botschaft.“* (Løvlie 2007) Løvlie erkannte in der Rhetorik der Spiele subtile Belege für die implizite Glorifizierung der US-Kriegsführung.

Welcher Art ist diese Rhetorik? Es ist scheinbar eine relativ subtile Art der Rhetorik, auf jeden Fall eine, die mit »minimalen Gesten« auskommt und auf übermächtige Wirkungen oder provokative Haltungen eher verzichtet. »America's Army« ist Propaganda, und es gibt bestimmte Belege für eine hochgradig patriotische und vollmundige verbal-textliche Rhetorik in dem Spiel – dennoch scheint die Rhetorik der Spielform selbst, die ich oben versucht habe zu analysieren, nicht auf offen exzessive Sprache zu bauen. Vielmehr handelt es sich um eine Rhetorik der Bescheidenheit, der Verantwortung und der moralischen Autorität, und es wird darauf geachtet, dass niemand auf die Idee kommt, in die Figur eines Terroristen zu schlüpfen und US-Soldaten umzubringen; des Weiteren

werden unrealistische Exzesse und undiszipliniertes Spielverhalten unterbunden (Løvlie 2007).

»America's Army« ist nur eines von mehreren militaristischen Spielen auf dem Markt. Erwähnenswert sind auch »Falcon 4.0« oder »Counter Strike« und »Real Wars«. Nach Nieborg (2006) »war »Counter Strike« das Vorbild für »America's Army«. Eines der neuesten Spiele, »Full Spectrum Warrior«, wurde ursprünglich ebenfalls als Trainingsspiel entwickelt, dann modifiziert und für die Öffentlichkeit freigegeben. Es spielt im fiktiven Staat Zekistan, dessen Diktator »ethnischer Säuberungen und der Unterstützung von Terroristen« beschuldigt wird“.

Norwegische Soldaten spielen zur Vorbereitung auf ihren Afghanistan-Einsatz »Virtual Battlespace 2«. Dieses Videospiele kommt auch im US-Militär zum Einsatz. Die Soldaten spielen damit realistische Gefechtsszenen und bekämpfen die Taliban virtuell mit genau dem Equipment und den Waffen, die in Afghanistan zur Ausrüstung gehören. (Schönberg 2011).

Auf dieser Basis wäre es auch interessant zu analysieren, ob sich in den Spieltexten auch Tendenzen finden lassen, was Galtung »Kriegsjournalismus« nennt, ob also die Schuld für die Probleme, vor die die Menschen in den Kriegszonen gestellt sind, auf »die anderen« geschoben wird anstatt auf den Krieg.

»America's Army« im Licht des galtungschen Konzepts

Um die Hypothese, Galtungs Konzept für Friedensjournalismus könne auch auf Computerspiele angewendet werden, zu prüfen, wählte ich für ein Experiment eine Gruppe Studierender mit Erfahrung in Computerspielen aus und entschied mich für zwei Spiele: Das galtungsche Konzept des Friedensjournalismus sollte anhand von »Global Conflicts: Palestine«, auf das ich weiter unten eingehen werde, analysiert werden und das Konzept des Kriegsjournalismus am Beispiel von »Rise of a Soldier«. Es zeigte sich, dass die Studierenden das Experiment hilfreich fanden, um »versteckte Botschaften« in den Spielen zu identifizieren.² Unabhängig von diesem Experiment analysierte mein Forschungsassistent Daniel Wærnes »Global Conflicts: Palestine« anhand des galtungschen Konzepts. Seine Forschungsergebnisse bestä-

tigten die Erfahrungen der Studierenden und werden weiter unten dargestellt.

Wie für die Serie »America's Army« typisch, legt »Rise of a Soldier« großen Wert auf individuelle Verantwortung, auf die Pflicht jedes einzelnen Soldaten, die »Sicherheit« der USA zu bewahren. Die Loyalität der Soldaten gegenüber der Nation wird im Spiel immer wieder auf die Probe gestellt. Das Framing der Handlungen wird so gewählt, dass die Aktionen der Soldaten immer defensiv wirken, als Antwort auf die Bedrohung durch Terrorismus. Das stimmt mit der Propagandaorientierung von Galtungs Konzept überein. Die Propagandabotschaften werden in kleinen Videonachrichten und in Kommentaren von Mannschaftskameraden gebetsmühlenartig wiederholt. Das Spiel ist außerdem eindeutig ethnozentrisch mit Kommentaren, die die Distanzierung von »anderen« fördert, z.B. »Kann jemand von Euch auch nur das Geringste von dem verstehen, was diese Typen brüllen?« Der Feind wird als gestresst, paranoid und unartikuliert dargestellt und brüllt ständig »bakh, bakh, bakh!«. Diese Primitivität und Entmenschlichung wird noch dadurch unterstrichen, dass »sie« unfähig sind, sich neu zu formieren und miteinander zu kooperieren.

Auf dieses Spiel passt also das galtungsche Konzept des Kriegsjournalismus, wo »sie« als Problem und als Bösewicht porträtiert werden. Der Schwerpunkt im Spiel liegt darauf, dass »wir« gegen »sie« zusammenhalten müssen. Die Aussage, dass die USA stolz auf ihre tapferen und starken Soldaten sein sollten, wird ohne jeglichen Kontext ständig wiederholt. Die Handlungen des »Feindes« werden nie dahingehend erklärt, warum sie kämpfen oder was für Personen sie eigentlich sind. Der Ursprung des Konflikts bleibt historisch im Unklaren, und der politische und soziale Kontext des Krieges wird nie erklärt. Diese »wir-sie«-Perspektive, ein weiteres Kriterium im galtungschen Konzept für Kriegsjournalismus, wird auch in der Spielestruktur erkennbar. Dein Avatar und dein Team beherrschen während des ganzen Spiels die Szene. »Unsere« Seite ist auch moderner, mit den neuesten Waffen besser ausgerüstet und stärker. Das Spiel ist so ausgelegt, dass es einfacher ist, »den Feind« zu töten als eigene Soldaten. In der Regel wird der Feind mit zwei oder drei Schüssen erledigt, während »unsere Soldaten« auch zehn Treffer überleben. Das unterstreicht die versteckte Botschaft, dass es

kein Kampf zwischen »ebenbürtigen« Gegnern ist.

Es gibt nur ein Ziel in dem Spiel: die feindlichen Soldaten »beseitigen«, um zu gewinnen. Konfliktlösung oder Verhandlungen sind kein Thema, und es gibt nie eine Anregung, den Gewaltpegel zu senken. Ausschließlich Gewalt und Töten werden belohnt. Das Spiel lässt keinen Raum für Verhandlungen oder Nachdenken; es geht nur voran, wenn Befehle ausgeführt und die »Feinde« getötet werden. Kriegt man das nicht hin, dann kann man auch nicht vom Übungslevel auf den eigentlichen Gefechtslevel des Spiels aufsteigen. Das entspricht der Siegorientierung bei Galtung und verhindert im Spiel die von Galtung geforderte Wahrheitsorientierung; außerdem bestätigt dies die oben beschriebenen Schlussfolgerungen von Løvlie (2006). Wenn im Spiel Fakten irrelevant sind, dann wird das gesamte Thema »Wahrheit« mystifiziert.

In dem Spiel bleiben als Beleg für die Kriegsfolgen zwar zerschossene Gebäude stehen, die menschlichen Folgen für Zivilisten und Überlebende werden aber ausgeblendet. Die menschlichen Kosten von Krieg und Tod werden an keiner Stelle im Detail erläutert. Es gibt keine Darstellung des Verlusts von Menschen, keine trauernden Hinterbliebenen, keinen Schmerz. Lediglich am eigenen Avatar werden die sichtbaren Folgen von Gewaltanwendung erkennbar. Wird er getroffen, so atmet er schwer und der Bildschirm wird rot. Mit bestimmten Befehlen kann man den eigenen Avatar aber »heilen«. »Der Feind« hingegen schreit, wenn er getroffen wird, und ist nicht zu retten. Galtungs Kriterien für eine Kriegs-/Gewaltorientierung sind in dem Spiel also eindeutig erfüllt (Brustad et al. 2007).

Und die Gegenkräfte?

Wie bereits erwähnt, besteht die Herausforderung darin, Alternativen zu entwickeln, also Spiele aus der selben Arena, aber mit einer anderen Botschaft. Mit anderen Worten: Spiele, die vom Geist des Friedensjournalismus inspiriert und so unterhaltsam sind wie Kriegsspiele. Natürlich ist es schwierig, mit der Qualität der Technologie mitzuhalten, in die der militärisch-industrielle Komplex wie oben beschrieben so gigantische Mittel investiert hat. Aber der Versuch sollte unternommen werden. ▶▶

Newsgaming

»Newsgaming« bezeichnet den Versuch von Gonzalo Frasca, eine alternative Strategie zu entwickeln, mit der sich der Herausforderung durch die gewaltorientierte kommerzielle Spieleindustrie begegnen lässt. Mithilfe der Homepage ludology.org und der Ludologie (Spieleforschung) wird der Versuch unternommen, Computersimulatoren zu gestalten, die sich auf aktuelle Ereignisse wie 9/11 oder die Anschläge in Madrid beziehen, aber alternative Deutungen anbieten.

»Newsgaming« wird wie folgt definiert:

„Wir haben den Begriff Newsgaming geprägt, um ein Genre zu beschreiben, das gegenwärtig entsteht: Videospiele, die auf Geschehnissen basieren, die es in die Nachrichten schaffen. Traditionell beziehen sich Videospiele eher auf die Phantasie als auf die Realität, wir glauben aber, dass sie ein wichtiges Instrument zum besseren Verständnis der Welt sein können. Weil Newsgaming so neu ist, muss es eine eigene Ausdrucksform finden. Daher werden die meisten unserer Spiele experimentelle Anteile haben.“ (newsgaming.com)

Nach Frasca wird *„Ludologie meist als die Analyse der Spielstruktur (oder des Spielablaufs) verstanden und unterscheidet sich damit von der Analyse von Spielen als Erzählungen oder als visuelles Medium“* (Frasca 2003; Tronstad 2003). Folgt man dem norwegischen Medienwissenschaftler Ragnhild Tronstad, dann unterscheidet Frasca zwischen Ludus und Paidia-Regeln. Frasca behält den Begriff »Ludus« den Spielen vor, die Gewinner und Verlierer kennen. *„Ludus-Regeln sind also Regeln, die eine siegreiche Situation definieren. Paidia-Regeln sind Regeln, die den Prozess des Spielens definieren bzw. begrenzen, also z.B. wie das Equipment bedient werden kann“* (Tronstad 2003, S. 5). Einige friedensorientierte Spiele haben das Potential, eine auf Frieden ausgerichtete siegorientierte Situation und damit eine Alternative zu den propagandaorientierten Kriegsspielen zu schaffen.

Meiner Ansicht nach bieten die Ludologie und Websites wie ludology.org eine interessante Plattform, um Alternativen zu den Spielen zu entwickeln, die der militärisch-industrielle Komplex produziert. Dafür ist »September 11« ein gutes Beispiel, weil es perfekt in das galtungsche Konzept des Friedensjournalismus passt. Es hat keine festgelegte Storyline sondern einen offenen Ausgang. Die Idee ist, die Konsequenzen militärischen Handelns für Zivilisten

sichtbar zu machen. Wenn du eine arabisch aussehende, bewaffnete Person ins Visier nimmst, wirst du mit hoher Wahrscheinlichkeit auch Zivilisten treffen, die sich in der Nähe dieses Ziels aufhalten. Oder du kannst versehentlich ein ziviles Ziel im Stadtzentrum treffen. In diesem Spiel gibt es keinen Sieger; aber es wird deutlich, dass eine militärische Lösung viel Schaden anrichtet. Dies kann Spieler dazu motivieren, nach Alternativen zum Krieg zu suchen. Allerdings hege ich gewisse Zweifel, ob dies so spannend und reizvoll ist wie die traditionelleren Videospiele, die oben beschrieben wurden.

Global Conflicts: Palestine

Eines der relevantesten Spiele, die im Bereich Kriegs- und Friedensjournalismus ein Gegengewicht herstellen, ist das Spiel »Global Conflicts: Palestine« (GCP). Es wurde im Mai 2007 von dem Kopenhagener Unternehmen Serious Games Interactive auf den Markt gebracht.³ Auf der Homepage wird als Ziel des Projektes der Wunsch angegeben, *„Computerspiele zu entwickeln, die bewährte Elemente der meisten Computerspiele wie Action, Tod und Gewalt einschließen, aber einen Anspruch haben, der über die reine Unterhaltung hinausgeht.“* GCP gehört eindeutig zum Typus des Edutainment und tritt mit dem Anspruch an, Bildung und Spaß miteinander zu kombinieren. Bei GCP geht es darum, die Spielewelt zu erkunden, mit einigen Einheimischen zu sprechen und im Spielverlauf Missions zu erfüllen. Aufgrund seiner Struktur ist GCP ein klassisches »Abenteuer«-Spiel, durch die zu lösenden Missions aber zugleich auch ein »Rätsel«-Spiel. Die folgende Analyse des Spiels fußt auf dem ersten Aspekt des galtungschen Konzepts und illustriert dessen Anwendung auf Videospiele (umfassend vgl. Ottosen/Wærnes 2008).

Die Hauptrolle in GCP wird von einem Journalisten (männlich oder weiblich) verkörpert. Das Spiel beginnt mit der Ankunft der Figur in Jerusalem, wo sie sich mit dem Redakteur Henry Fulbright trifft. Fulbright informiert den Spieler über die Möglichkeiten, verschiedene Orte zu besuchen, mit Menschen zu sprechen, die in unterschiedliche Vorfälle verwickelt waren, und Zitate zu sammeln, die für Artikel in drei verschiedenen Zeitungen genutzt werden können. Diese drei Zeitungen werden »Israel-Post«, »Palästina Heute« und – als eu-

ropäische Zeitung – »Global News« genannt. Vor Beginn jeder Mission muss der Spieler entscheiden, für welche der drei Zeitungen er berichten möchte. Die Zitate, die von beiden Konfliktparteien (von Zivilisten, Militärs oder anderen) gesammelt werden, müssen gemäß der Ausrichtung der entsprechenden Zeitung verwandt werden.

Die israelische Zeitung legt dem Spieler nahe, das Framing so zu wählen, dass die Zitate vermitteln: Israel verteidigt sich lediglich gegen Feinde. Die palästinensische Zeitung hingegen möchte ein Story-Framing, das die Unterdrückung und Demütigung der Palästinenser betont, z.B. anhand des endlosen Wartens an den Checkpoints und der Schikanen durch israelische Soldaten. Die europäische Zeitung wiederum erwartet Zitate, die die Situation aller beteiligten Konfliktparteien beleuchtet, sie will also ausgewogenere Berichte. Bei jeder Mission muss der Spieler für einen Zeitungsbericht fünf Zitate auswählen. Diese Zitate – und dass sie mit der Linie des Blattes übereinstimmen – sind für die erfolgreiche Lösung der Mission das wichtigste Spielelement.

Um von den Gesprächspartnern brauchbare Informationen zu bekommen, muss der Spieler während des Spielverlaufs vor allem Vertrauen aufbauen. Ein Vertrauensbarometer mit einer Skala von grün bis rot bewertet jedes Gespräch. Das Vertrauensniveau, das der Spieler beim Gesprächspartner genießt, wird auf dem Barometer angezeigt. Durch die Fragestellungen und die Übernahme kleinerer Gefälligkeiten, z.B. die Zustellung eines Briefes, verändert sich das Vertrauensniveau. Je mehr Vertrauen ein Spieler bei den Gesprächspartnern genießt, desto mehr Stories und Zitate kann er sammeln.

Fünf verschiedene Missions stehen zur Auswahl: »Militärischer Überfall«, »Der Checkpoint«, »Mohammad und die Siedler«, »Die Rolle der Märtyrer« und »Die andere Seite der Medaille«.⁴ Dabei geht es um verschiedene Vorfälle und Situationen, z.B. Kommandounternehmen gegen Terrorismusverdächtige, Abläufe an den Checkpoints und Terrorüberfälle. Für jede Mission muss sich der Spieler entscheiden, wie er über die einzelnen Vorfälle berichtet, und sich genau überlegen, welche Fragen er stellt. Der Erfolg jeder Mission bemisst sich daran, wo in der Zeitung die Story platziert wird: Eine mittelmäßige Leistung (und Story)

wird im hinteren Teil der Zeitung abgedruckt, während eine nahezu perfekte Leistung auf der Titelseite abgedruckt wird. Ein interessanter Aspekt ist, dass das Vertrauensbarometer dadurch beeinflusst wird, für welche Seite der Spieler berichtet hat, da das zu einem Vertrauensverlust bei der gegnerischen Partei führt. Um dies auszugleichen kann der Spieler z.B. abwechselnd beide Parteien zu berücksichtigen oder für die europäische Zeitung zu schreiben.

spräche mit verschiedenen Einwohnern ermöglichen dem Spieler, den Konflikt aus der Sicht beider Seiten kennen zu lernen. Jedes Ereignis muss vom Spieler verstanden werden, und die Gespräche fungieren als Informationsträger, die das Geschehen erklären und deutlich machen, wie die Menschen von der Situation betroffen sind und welches Ergebnis sie sich wünschen.

In der Mission »Der Checkpoint« wird der Spieler zu einem bestimmten

ner Familie als Terrorist verdächtigt wird. Daher bittet die schwangere Frau den Spieler um Hilfe.

Der Spieler kann sich dafür entscheiden, sich bei den Soldaten für sie einzusetzen. Schließlich wird ihr erlaubt, den Checkpoint zu passieren, aber ihr Mann muss aus Sicherheitsgründen zurückbleiben. Kurz darauf rennt ein Terrorist auf den Checkpoint zu, schießt auf Zivilisten und Soldaten und verletzt (oder tötet sogar) etliche Menschen. Der Terrorist



Die Bedeutung des galtungschen Friedensjournalismus-Konzepts

Hier soll es darum gehen, ob das galtungsche Konzept des Friedensjournalismus für die Analyse der GCP-Mission »Der Checkpoint« sinnvoll angewendet werden kann.

Galtungs erste Perspektive im Konzept des Friedensjournalismus – Friedens-/Konfliktorientierung vs. Lösungsorientierung – umfasst acht Hauptkriterien, von denen ich im Folgenden sieben auf den spezifischen Inhalt von GCP anwende.

1. Konfliktformation analysieren; x Parteien, y Ziele, z Probleme, allgemeine Win-win-Orientierung
GCP erzählt keine Rahmengeschichte, die die Ereignisse einordnet. Vielmehr muss der Spieler durch Erfahrung im Feld lernen (bzw. das Spiel spielen). Ge-

Checkpoint geschickt, um darüber zu berichten, wie dort die Abläufe sind, warum es sie gibt und wie Menschen durch sie betroffen sind. Soldaten erklären, wie Checkpoints dazu dienen, angesichts ständiger Terrorangriffe die Sicherheit zu gewährleisten usw. In der Schlange steht eine Frau, der plötzlich schwindlig wird. Der Spieler eilt ihr zur Hilfe und erfährt von ihr, dass sie schwanger und auf dem Weg zu einem Arzttermin ist. Ihr Ehemann redet mit den diensthabenden israelischen Soldaten, um die Abfertigung zu beschleunigen. Allerdings erklären die Soldaten dem Spieler, dass der Checkpoint wegen einer möglichen terroristischen Bedrohung praktisch geschlossen ist, weshalb die schwangere Frau weiterhin in der sengenden Sonne warten muss. Ihr Mann hat kein Glück bei den israelischen Soldaten, da jemand in sei-

wird von den israelischen Soldaten überwältigt, und Krankenwagen erreichen den Ort des Geschehens. In dieser Situation muss der Spieler ein Telefon finden und seine Story an die von ihm ausgewählte Zeitung absetzen. Obwohl diese Mission eigentlich eine Lose-lose-Situation schildert, wird an ihr doch deutlich, wie im Spiel alle Parteien einbezogen und ihre Probleme erklärt werden. Dies birgt das Potential, die langfristigen Konsequenzen zu verstehen.

2. Offener Ort, offene Zeit; Ursachen und Ergebnisse, auch in der Geschichte/Kultur

Obwohl die Missionen bei GCP hinsichtlich Zeit und Ort abgegrenzt sind, liefern die Gespräche mit den beteiligten Menschen Informationen über die Geschichte des Konflikts. Dies ist wichtig zum Verständnis der Ge-

samtsituation, da ein historischer und kultureller Kontext aufgespannt wird.

3. Allen Parteien eine Stimme geben; Empathie, Verständnis

Durch die Gespräche mit verschiedenen Menschen mit ihren jeweiligen Sichtweisen erhält der Spieler einen Überblick über die Lage. Wenn der Spieler voreingenommen ist, dann kann er natürlich entscheiden, nur mit Vertretern einer Konfliktpartei zu sprechen, nur diesen zu helfen und nur deren Geschichten zu erzählen. Dabei vernachlässigt er die Perspektive der anderen Konfliktpartei. Das Spiel selbst versucht allerdings, die Stories auszubalancieren, um nicht einseitig die Sichtweise einer Konfliktpartei herauszustellen.

4. Konflikt/Krieg als Problem sehen; auf die Konfliktkreativität fokussieren
GCP begreift den Palästinakonflikt als destruktives Problem. Der Inhalt der sechs Missionen lässt daran keinen Zweifel. Menschen werden von Soldaten oder Terroristen schikaniert, getötet, angegriffen, usw., und unterstreicht damit den Verlust von Sicherheit und Menschenrechten. GCP stützt sich nahezu ausschließlich auf Gespräche bzw. Interviews. Häufig ist es notwendig, andere Menschen davon zu überzeugen, dass sie dem Spieler helfen. Ein Beispiel ist die oben beschriebene Situation, wo der Soldat mit der schwangeren und hilfebedürftigen Frau konfrontiert wird. GCP versucht aufzuzeigen, dass auf der Grundlage gegenseitigen Verstehens Lösungen entwickelt werden können.

5. Menschliche Ebene aller Seiten; je mehr Waffen desto schlechter
GCP nähert sich dem Konflikt nicht aus der Perspektive der politischen Entscheidungsebene, sondern schildert ihn vor allem aus der Perspektive der einfachen Leute. Dies trägt dazu bei, den Konflikt auf einer menschlichen Ebene zu betrachten, da der Spieler mit bodenständigen Situationen konfrontiert wird. So haben z.B. gewöhnliche israelische Soldaten Angst vor terroristischen Anschlägen, während Palästinenser sich vor den Schikanen der israelischen Soldaten fürchten.

6. Proaktiv: Prävention bevor Gewalt/Krieg stattfindet

In GCP hat der Spieler die Möglichkeit, auf der Mikroebene proaktiv tätig zu werden, da der Konflikt zwischen Israel und Palästina auf der Makroebene seit über 60 Jahren andauert. Dem Spieler wird nicht die Rolle des Friedensretters

zwischen den Nationen zugewiesen, da dies zu einer fiktiven Storyline führen würde. Allerdings kann der Spieler in bestimmten Situationen als Vermittler auftreten und gelegentlich Schlimmeres verhüten. Als Beispiel mag hier die Hilfe für die schwangere Frau am Checkpoint dienen, um einer weiteren Verschlechterung ihres Gesundheitszustandes vorzubeugen.

7. Konzentration auf unsichtbare Auswirkungen von Gewalt (Trauma und Verherrlichung; Schäden an Struktur/Kultur)

Durch Gespräche mit den verschiedenen Menschen, denen der Spieler in GCP begegnet, lernt dieser, wie sich der Konflikt auf sie auswirkt. Viele von ihnen misstrauen den Menschen der anderen Seite, häufig aufgrund persönlicher Erfahrungen. Manche Palästinenser sind frustriert, weil sie ihren täglichen Geschäften nicht nachgehen können, ohne unter Verdacht gestellt und schikaniert zu werden. Israelis ihrerseits wünschen sich ein Leben ohne Angst vor Selbstmordattentaten oder Autobomben. GCP versucht zu zeigen, wie Menschen durch den Konflikt traumatisiert werden und wie sich dadurch in ihrer Mentalität Paranoia und Angst festsetzen.

Eine Analyse anhand des galtung-schen Konzepts des Friedensjournalismus ergibt also, dass GCP zahlreiche Aspekte des Konflikts abdeckt. Eine wichtige Dimension ist, dass GCP versucht, unparteiisch zu bleiben, und die Schlussfolgerungen beim Spieler zu belassen. Allerdings kann sich der Spieler auch dafür entscheiden, voreingenommen zu sein und es mit einseitiger Berichterstattung auf die Titelseite der israelischen oder der palästinensischen Zeitung zu schaffen. GCP macht damit nachvollziehbar, wie voreingenommener Journalismus die Inhalte der Nachrichten beeinflusst – dies ist ja auch in der Berichterstattung über die reale Welt durchaus sehr relevant. Dies ist ein wichtiger Lerneffekt und vielleicht der interessanteste Aspekt an GCP.

Schlussfolgerung

Der Spielemarkt ist ein Massenmarkt und bietet jungen Menschen zahlreiche attraktive Freizeitangebote. Junge Menschen scheinen heutzutage den traditionellen Nachrichtenmedien wenig Zeit zu widmen, und sie erlangen ihr Wissen über die Welt vor allem durch Unterhal-

tungsfilme und –spiele. Im Moment können wir lediglich spekulieren, welche Weltsicht junge Menschen mittels der Spiele, die vom militärisch-industriellen Komplex entwickelt werden, langfristig erwerben.

Auch wenn es schwer ist, die Wirkung solcher an realen Kriegen orientierten Videospiele auf das Verhalten der Nutzer einzuschätzen, sollte der Inhalt dennoch unter dem Gesichtspunkt der Kriegspropaganda analysiert werden. Die digitale Technologie, die in den Forschungslabors des militärisch-industriellen Komplexes entwickelt wird, kommt in Simulatoren zum Einsatz, mit deren Hilfe sich Soldaten auf reale Kriege vorbereiten. Und dieselben Technologien – häufig sogar dieselben Spiele – finden sich dann auf dem kommerziellen Videospielemarkt wieder. Es ist unklar, welche langfristigen Auswirkung es hat, wenn Millionen Nutzern beim Spielen der Narration der Kriegspropaganda ausgesetzt sind. Einige besorgniserregende Vorfälle vom Kriegsschauplatz Irak lassen vermuten, dass die gewalttätige männliche Kultur der Videospiele Soldaten zu inhumanerem und gewalttätigem Verhalten im Kampfgeschehen anspornt.

Aufgrund der ökonomischen, technologischen und kulturellen Verbindungen zwischen der Unterhaltungsindustrie und der wehrtechnischen Industrie ist es höchst unwahrscheinlich, dass die großen Nachrichtensender bei Fragen von Krieg und Frieden als kritische Watchdogs fungieren. Die großen Nachrichtenmedien halten sich nicht nur mit Kritik am Pentagon und am Weißen Haus zurück, wenn es um die Vorbereitung von Kriegen geht, sondern in manchen Fällen nutzen sie für ihre Berichterstattung über Militärangelegenheit dieselben digitalen Technologien wie die Spieleindustrie, und zwar so, dass die Grenze zwischen Fakt und Fiktion verschwimmt. Robin Andersen hat den Begriff »military-entertainment complex« geprägt, um die symbiotischen Beziehungen zwischen dem Pentagon und Teilen der Spieleindustrie zu erklären (Andersen 2006). Die Einführung von Spielen wie »Global Conflicts: Palestine« bietet eine Alternative für diejenigen, die Computerspiele als Tool zur Erkundung neuer Ansätze der Friedensförderung und Konfliktlösung nutzen wollen.

Es besteht die Hoffnung, dass Friedensforscher, die sich von den analytischen Werkzeugen des Friedensjournalis-

mus inspirieren lassen, gemeinsam mit Spieleentwicklern, die die Ludologie interessant finden, auf der Basis von Friedensförderung und Gewaltfreiheit ein Gegengewicht aufbauen und populäre Spiele auf den Markt bringen können. Dieser Beitrag wollte aufzeigen, dass Johan Galtungs Konzept für Kriegs- und Friedensjournalismus ein nützliches Instrument zur Analyse von Computerspielen ist. Das Konzept bietet einen analytischen Zugang, der uns den kriegsorientierten, ethnozentristischen und propagandistischen Charakter der Spiele vom militärisch-industriellen Komplex bewusst machen kann. Es bleibt abzuwarten, ob Alternativen zu den vom »military-entertainment complex« angebotenen Spielen kommerziell ähnlich erfolgreich sein können.

Literatur

- Aarseth, Espen (2001): Computer Games Studies, Year One. In: Game Studies. The International Journal of Computer Game Research, 1(1).
- Andersen, Robin (2006): A Century of Media. A Century of War. New York: Peter Lang.
- Artz, Lee and Kamalipour, Yaha R. (eds.) (2005): Bring 'Em On. New York: Rowman & Littlefield.
- Bagdikian, Ben H. (2004): The New Media Monopoly. Boston: Beacon Press.
- Middle-East conflict informs game. BBC News, 18 October 2006.
- Brustad, Caroline, Brygard, Andrea B., Dyrseth, Kristin K. and Gabrielsen, Siri (2007): Ideologi og føring i dataspil. Fordypningsoppgave Medier og kommunikasjon. Høgskolen i Oslo.
- Burston, Jonathan (2003): War and Entertainment Industries: New research Priorities in an Era of Cyber-Patriotism. In: Thussu, Daya Kishan and Freedman, Des (eds.) (2003): War and the Media. London: Sage publications.
- Frasca, Gonzalo: Simulation versus Narrative: Introduction to Ludology. In: Wolf, Mark J.P. and Perron, Bernhard (eds.) (2003): The Video Game Theory Reader. New York: Routledge.
- Galtung, Johan: Cultural violence. In: Journal of Peace Research, 27(3), August 1990, S. 291-305.
- Galtung, Johan: Peace journalism—a challenge. In Kempf, Wilhelm and Loustarinen, Heikki (eds.) (2002): Journalism and the New World Order, Vol. 2: Studying the War and the Media. Gothenburg: Nordicom.
- Greenfield, Patricia (1984): Media and the Mind of the Child. From Print to Television, Videogames and Computers. Cambridge: Harvard University Press.
- Haddon, Leslie: The development of interactive games. In: Mackay, Hugh and O' Sullivan, Tim (eds.) (1999): The Media Reader: Continuity and Transformation. London: Sage.
- Herbst, Claudia: Shock and awe. Virtual females and the sexing of war. In: Feminist Media Studies 5(3) 2005, S. 311-324.
- Herman, Leonard (1997): The Fall and Rise of Videogames. 2nd ed. New Jersey: Rolenta Press.
- Holen, Øyvind (2006): Redder verden med joystick. In: Ny Tid No. 26, 7. July 2006.
- Karlsen, Faltin (1998): Dataspill og vold. En kvalitativ analyse av voldsbruk i dataspill. Statens filmtilsyn.
- Lenoir, Tim (2000): All but war is simulation: The Military-Entertainment Complex. In: Configurations 8(3), Fall 2000, S. 289-335. The John Hopkins University Press and the Society for Literature and Science.
- Loftus, Geoffrey R., and Loftus, Elisabeth F. (1983): Mind and Play: The Psychology of Videogames. New York: Basic Books.
- Løvlie, Anders Sundnes (2007): The rhetoric of persuasive games. Freedom and discipline in America's Army. Master thesis in media science, Department of Media and Communication, University of Oslo.
- Lynch, Jake, and McGoldrick, Annabel (2005): Peace Journalism. Stroud: Hawthorne Press.
- Matera, Angelo: Into Iraq With »Generation Kill« – An Interview with Evan Wright. In: God Spy, 30 December 2005.
- Nieborg, David B.: »We want the whole world to know how great the U.S. Army is!« – Computer Games and Propaganda. In: Santorineos, Mantos (ed.) (2005): Gaming Realities – A Challenge for Digital Culture. Athens: Fournos.
- Miller, Toby: Gaming for beginners. In: Games and Culture, 1(1), 2006.
- Mortensen, Toril Elvira (2003): Pleasures of the Player: Flow and Control in Online Games. Doctoral Thesis, Department of Humanistics, University of Bergen and Faculty of Media and Journalism, Volda University College.
- Mortensen, Toril Elvira: WoW is the New MUD. Social Gaming from Text to Video. In: Games and Culture No. 1, 2006.
- Nohrstedt, Stig A. and Ottosen, Rune (eds.) (2005): Global War – Local News. Media Images of the Iraq War. Gothenburg: Nordicom.
- Ottosen, Rune: Emphasising images in peace journalism: Theory and practice in the case of Norway's biggest newspaper. In: Conflict & Communication Online, No. 2 Spring 2007.
- Ottosen, Rune, and Wærnes, Daniel (2008): Analysis of Global Conflicts. Palestine. Unpublished working paper.
- Ottosen, Rune: Targeting the Player. Computer Games as Propaganda for the Military-Industrial Complex. In: Nordicom Review 30, 2009-2, S. 35-51.
- Pilet, Stéphane: Dataspill som propagandavåpen. Le Monde diplomatique (Norwegian edition) September 2003.
- Petemeyer, Kelli R.: Online Army Recruiting Reaches Top 5 List. Army News Service, Oct 22 2004.
- Poole, Steven (2004): Trigger Happy. Videogames and the Entertainment Revolution. New York: Arcade Publishing.
- Schönberg, Snorre: Here they train in the same way as US elite soldiers in Afghanistan. In: Dagbladet, 05.05.2011.
- Stordal, Hans Ivar: Fantasi som vekstøkonomi. In: Ny Tid 20(1), June 2006.
- Thomas, Tanja, and Virchow, Fabian: Banal militarism and the culture of war. In: Artz, Lee and Kamalipour, Yaha R. (eds.) (2005): Bring 'Em On. New York: Rowman & Littlefield.
- Tronstad, Ragnhild (2003): Defining a Tubmud Ludology. dichtung-digital.org/2003/4-tronstad.htm.
- Wright, Evan (2004): Generation Kill. New York: Putnam.
- Wright, Evan (2004b): Dead-Check in Falluja. Embedded with the Marines in Iraq. In: The Village Voice, November 24-30, 2004.

Anmerkungen

- 1) Dieser Artikel greift auf Teile eines Artikels in »Peace and Policy«, Vol. 13, 2008 zurück, ebenso auf Ottosen 2009.
- 2) Studierende, die an diesem Experiment teilnahmen, berichteten in ihrer Bachelorarbeit für das Fachgebiet »Media and Communication« am Oslo University College über das Experiment; siehe Brustad et al. 2007.
- 3) Die Studierenden, die am Experiment mit »America's Army« teilnahmen, analysierten auch »Global Conflict: Palestine«. Mein Forschungsassistent Daniel Wærnes führte unabhängig davon eine ausführliche Analyse des Spiels durch. Im folgenden Teil des Artikels stütze ich mich auf seine Arbeit; siehe Ottosen and Wærnes 2008.
- 4) Aus Platzgründen kann die Analyse hier nur in Auszügen wiedergegeben werden. Siehe Ottosen and Wærnes 2008 für den vollständigen Bericht der Studie..

Rune Ottosen ist Journalistikprofessor am Oslo and Akershus University College of Applied Sciences (Norwegen). Als Journalist und Politikwissenschaftler war er zuvor u.a. wissenschaftlicher Mitarbeiter und Direktor für Öffentlichkeitsarbeit am International Peace Research Institute (PRIO) in Oslo. Er schrieb eine Reihe Artikel und Bücher zur Mediengeschichte und zu Kriegs- und Friedensjournalismus, häufig zusammen mit Stig A. Nohrstedt von der Universität Örebro (Schweden). Aus dem Englischen übersetzt von Regina Hagen und Fabian Virchow

Impressum:

Herausgeber:

Herausgegeben von der Informationsstelle Wissenschaft und Frieden.

V.i.s.d.P.: Regina Hagen

Erscheint als Beilage der Zeitschrift Wissenschaft und Frieden, Februar 2012.

Bestellungen an:

W&F, Beringsstraße 14, D-53115 Bonn, E-Mail: buerobonn@wissenschaft-und-frieden.de

Satz und Layout: EP Knaab, Marburg

Druck: Druckhaus Marburg

Preis: € 2,- (zzgl. Versand)

Bildnachweis:

Titelseite: Activision/Blizzard (Call of Duty: Modern Warfare 3) | Seite 4, 9: Electronic Arts (Battlefield 3) | Seite 13: Focus Entertainment / Eugene Systems