



Screenshot aus dem Spiel «Alien: Isolation» (2014). (Bild: Sega/Creative Assembly, <http://www.alienisolation.com/media/screenshots>)



Werbesujet von «The Last of Us» (2007). (Bild: Naughty Dog, http://www.gamersyde.com/news_cordyceps_soon_in_paris-14097_en.html)

Forschungsschwerpunkt Kommunikationsdesign

Horror – Game – Politics: Die visuelle Rhetorik politischer Mythen in digitalen Horrorspielen

Abstract: Digitale Horrorspiele sind – trotz ihres schlechten Rufes als «Schund» – ein zutiefst politisches Spielgenre. Da sie auf der kategorischen Unterscheidung von «gut» und «böse» basieren, sind sie eine ausgezeichnete Quelle, um Weltbilder und Werte einer spezifischen Gesellschaft besser zu verstehen. Beispielsweise werden kollektive Identitäten durch die Inszenierung des Anderen aktiv konstruiert. Dabei sind digitale Horrorspiele nicht nur Abbilder dominanter Wertesysteme, sondern sie spielen eine aktive Rolle in der Konstruktion gesellschaftlicher Realität.

Despite their 'trashy' image, horror video games are a deeply political genre. Relying on the distinction between 'good' and 'evil', horror games can help us better understand the cultural coordinates and the symbolic categories and values of a specific society. For example, collective identities are affirmed by the construction of an Other. Horror video games are therefore not only an interesting historical source to better understand specific societies and cultures, but also play an active part in creating societal reality.

Einführung: «Digitale Spiele» sind ein Massenmedium unserer zunehmend digitalisierten Gesellschaft und erreichen weltweit mehrere Millionen Menschen. Dabei sind die aufwendig entwickelten interaktiven Programme längst mehr als nur «Kinderspielzeug». In den häufig teuer produzierten Spielen werden kulturelle, gesellschaftliche und politische Identitäten kommuniziert und konstruiert – auf vergleichbare Weise wie in anderen Medien auch. Ein wachsendes Bewusstsein für die Bedeutung des Mediums führte daher um die Jahrtausendwende zur Herausbildung der «Game Studies». Akademische Debatten beschränken sich hierbei jedoch vorwiegend auf grundsätzliche Fragen methodischer Natur, etwa wie auf Spiele zugegriffen werden kann. Das vorliegende Projekt macht es sich – basierend auf diesen theoretischen Vorarbeiten – hingegen zur Aufgabe, die politische Kommunikation in digitalen Spielen zu analysieren: mit einer interdisziplinären Methode und anhand von anschaulichen, gesellschaftspolitisch relevanten Fragestellungen.

Methoden: Konkret soll nach «politischen Mythen» in Horrorspielen der letzten fünf Jahre gefragt werden, also nach unbewussten kollektiven Bedeutungen und Deutungsmustern im Sinne Roland Barthes. «Mythos» wird dabei als ein Zeichensystem verstanden, das eine (politische) Botschaft transportiert, die von den RezipientInnen nicht gleich als solche erkannt und meist unbewusst aufgenommen wird, ohne weiter hinterfragt zu werden. So gelingt der Nachweis, dass der Kommunikationsprozess und die transportierten politischen Aussagen zu Teilen von der Rhetorik des Mediums und Genres vorgegeben werden, also auch abseits der bewussten Intention der EntwicklerInnen. Hier schliesst das Projekt an weitere Forschung zur visuellen Rhetorik im FSP Kommunikationsdesign an.

Ergebnisse: Die Film- und Literaturwissenschaft hat nachgewiesen, dass gerade in Horror-Genres besonders deutlich gesellschaftliche und politische Tabus und Ängste ausgehandelt werden. Da Horrorgenres aber (unabhängig vom Medium) vielfach noch als «Schund» wahrgenommen werden, laufen hier Prozesse der politischen Kommunikation quasi unbeobachtet ab. Horrorspiele eignen sich daher besonders gut für die Untersuchung politischer Mythen. Eine systematische Erfassung dieser Mythen sowie eine fundierte qualitative Analyse der oftmals «automatisch» angewandten rhetorischen Wirkmechanismen (in Narrativ, Ästhetik und Spielmechanik) soll dazu dienen, einen bisher «verborgenen» politischen Kommunikationsprozess sichtbar zu machen und so eine öffentliche Auseinandersetzung mit dem Phänomen politischer Mythen in digitalen Spielen ermöglichen.

Projektleitung:
Eugen Pfister

Projektverantwortung:
Arne Scheuermann

Mitarbeit:
N.N. (DoktorandIn)

Laufzeit:
03/2018–02/2021

Finanzierung:
Schweizerischer Nationalfonds, Ambizione

Kontakt:
Hochschule der Künste Bern
Forschung
FSP Kommunikationsdesign
Fellerstrasse 11
3027 Bern

www.hkb.bfh.ch/kommunikationsdesign
www.fspkd.ch
eugen.pfister@hkb.bfh.ch

FN-NF
SCHWEIZERISCHER NATIONALFONDS
ZUR FÖRDERUNG DER WISSENSCHAFTLICHEN FORSCHUNG