

Universität Augsburg

# **Killerspielartikel in der Videospiefachpresse – zur Wirkung gewalthaltiger Texte**

Bachelorarbeit  
zur Erlangung des Grades Bachelor of Arts (B.A.)  
an der Philosophisch-Sozialwissenschaftlichen Fakultät der  
Universität Augsburg

Vorgelegt von: Dominik A. Hahn  
Hauptstraße 15  
86707 Westendorf  
E-Mail: hahn.dominik@web.de  
Matrikelnummer: 852483

Geboren am: 20. September 1983

Erstbetreuer: Prof. Dr. Thomas Hausmanninger  
Zweitbetreuerin: Prof. Dr. Christiane Eilders

Ort und Datum: Augsburg, den 02. Oktober 2007

## *Danksagung*

Ein herzliches Dankeschön an diejenigen zu richten, die die Entstehung des vorliegenden Textes tatkräftig unterstützt haben, ist wohl der angenehmere Teil einer Abschlussarbeit. Es ist mir daher eine besondere Freude, mich bei folgenden Personen zu bedanken:

*Herrn Herbert Schuhknecht*, dem Leiter des Holbein-Gymnasiums Augsburg für sein Einverständnis zur Klassenbefragung und *Frau Petra Tonsky*, zuständig für den Fachbereich Deutsch, für die Organisation bzw. Vermittlung der dafür notwendigen Lehrkräfte. Den Deutschlehrern der beiden 9. Klassen, *Frau Ines Grage* und *Herrn Christian Hofrichter*, für die Bereitschaft eine Schulstunde für die Befragung zu opfern sowie deren freundliche Aufnahme.

*Frau Daniela Karle*, Rektorin der Kapellenschule Augsburg-Oberhausen, für deren Einverständnis zur Klassenbefragung sowie ihre Hilfe bei der Vermittlung der beiden Lehrkräfte, welche sind: *Frau Lydia Nos* und *Herr Thomas Breimeir*. Danke für ihre spontane Zusage und Aufgeschlossenheit! In diesem Zusammenhang bedanke ich mich bei *Herrn Valentin Rothbacher*, dem Gesamtleiter des Frère-Roger-Kinderzentrums der Katholischen Jugendfürsorge der Diözese Augsburg (KJF), für die Herstellung des Kontakts zur Kapellenschule.

Ein Dankeschön geht ebenfalls an *Frau Brigitte Zellhuber*, Fachbereichsleitung Forschung der KJF-Akademie, die mich bei der Erstellung der Fragebögen fachkundig beraten hat.

Selbstverständlich geht mein größter Dank an *die Schüler und Schülerinnen der jeweils zwei 9. Klassen der Kapellenschule und des Holbein-Gymnasiums Augsburg* für die Beantwortung der Fragebögen und der anschließenden, wirklich spannenden Diskussionen!

Bleibt dem geneigten Leser nur noch viel Freude bei der Lektüre zu wünschen. Auf dass die vorliegende Arbeit einen Erkenntnisgewinn bedeute!

Augsburg, 25. August 2007

Dominik A. Hahn

## *Inhaltsverzeichnis*

Kapitel und Bezeichnung	Seite
<i>Von Killerspielen zu Killertexten</i>	<i>S. 06</i>
<b>I. Theoretischer Teil</b>	<b>S. 07</b>
<b>1. Begriffeläuterungen</b>	<b>S. 08</b>
1.1 Programmierbares Töten – zum Begriff der „Killerspiele“	S. 08
1.1.1 Öffentlich-politische Dimension	S. 08
1.1.2 Die wissenschaftliche Dimension	S. 09
1.1.3 Die rechtliche Dimension	S. 10
1.2 Was ist (virtuelle) Gewalt?	S. 11
<b>2. Die Wirkung virtueller Gewalt</b>	<b>S. 13</b>
<b>3. Textwirkungen</b>	<b>S. 15</b>
3.1 Wie Texte wirken können	S. 15
3.2 Die Einflussfaktoren der Textwirkung	S. 16
3.2.1 Die Einflussvariablen auf den Organism	S. 16
3.2.2 Die Einflussvariablen auf den Stimulus	S. 18
3.2.3 Die Einflussvariablen auf den Kommunikator	S. 19
3.3 Wortbedeutung und Emotion	S. 19
<b>4. Die Videospiefachpresse in Deutschland</b>	<b>S. 21</b>
4.1 Magazinarten und Auflagenstärke	S. 21
4.2 Nutzer und Nutzungsmotivationen	S. 23
4.2.1 Wer Videospielzeitschriften nutzt	S. 23
4.2.2 Warum Videospielzeitschriften gelesen werden	S. 24
<b>II. Empirischer Teil</b>	<b>S. 25</b>
<b>1. Die Annahmen</b>	<b>S. 25</b>
<b>2. Die Zusatzannahmen</b>	<b>S. 27</b>
<b>3. Die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse</b>	<b>S. 27</b>
3.1 Begründung der Methodik	S. 28
3.2 Textdeutung – von Hermeneutik und linguistischer Pragmatik	S. 28
3.3 Das Kategorienschema	S. 29
3.4 Pretest und Störvariablen	S. 31
3.5 Die Stichprobe	S. 31
3.6 Ergebnisse der Inhaltsanalyse	S. 32
3.6.1 Allgemeine Ergebnisse	S. 32
3.6.2 Wenn Texte töten	S. 32
3.6.3 Eine Frage der Perspektive	S. 36
3.6.4 Der Redakteur als Meinungsmacher?	S. 39
3.6.5 Die Ergebnisse – eine Zusammenfassung	S. 41
3.6.6 Das Kategorienschema – eine Kritik	S. 43

<b>Kapitel und Bezeichnung</b>	<b>Seite</b>
<b><i>4. Die Methode der schriftlichen Befragung</i></b>	<b><i>S. 44</i></b>
4.1 Begründung der Methodik	S. 44
4.2 Operationalisierung	S. 44
4.3 Die Feldphase	S. 49
4.4 F.E.A.R. – Der Befragungsgegenstand	S. 50
4.5 Mögliche (störende) Einflussfaktoren	S. 51
4.6 Auswertung des Fragebogens	S. 53
4.6.1 Allgemeine Befunde	S. 53
4.6.1.1 Gymnasiasten haben viereckige Augen	S. 53
4.6.1.2 Hauptschüler – Freunde als Info-Zapfsäule	S. 54
4.6.2 Die Wirkungsfrage – eine Frage der Gewalt?	S. 55
4.6.2.1 Die Spielentscheidung	S. 55
4.6.2.2 Die Kaufentscheidung	S. 56
4.6.2.3 Eine wirkliche Wirkung?	S. 57
4.6.3 Artikelbewertung – Gewalt als Spaßagent	S. 60
4.6.4 Von Intensiv- und Gewaltspielern	S. 62
4.6.4.1 Kontrollwünsche beim Lesen	S. 62
4.6.4.2 Stiftung Warentest – Videospiegelmagazine und Leser als Meinungsführer	S. 63
<b><i>5. Schlussbemerkungen</i></b>	<b><i>S. 65</i></b>
<b><i>Literaturverzeichnis</i></b>	<b><i>S. 68</i></b>
<b><i>Abbildungsverzeichnis</i></b>	<b><i>S. 05</i></b>
<b><i>Anhang</i></b>	<b><i>S. 81</i></b>

## *Abbildungsverzeichnis*

Abbildung und Titel		Seite
1	Gewaltanteile nach Videospiegelgenres (Eigene Darstellung; <i>in Anlehnung an:</i> Ladas 2002: 47)	S. 09
2	Druckauflagenzahlen der größten deutschen Videospielezeitschriften (Eigene Darstellung)	S. 22
3	Das Kategorienschema der Inhaltsanalyse (Eigene Darstellung)	S. 30
4	Die untersuchten Spiele im Überblick (Eigene Darstellung)	S. 32
5	Gewalthaltige Sätze in % (Eigene Darstellung, Werte gerundet)	S. 33
6	Dimensionen der Gewalt in Videospieleartikeln (Eigene Darstellung; <i>in Anlehnung an:</i> Bonfadelli 1995: 44/45)	S. 34
7	Gewalthaltige Sätze mit Täter- und Opferperspektive in % (Eigene Darstellung, Werte gerundet)	S. 36
8	Sätze insgesamt mit Täter- bzw. Opferperspektive in % (Eigene Darstellung, Werte gerundet)	S. 38
9	Redakteursdistanz zu gewalthaltigen Sätzen; stark (+d) oder schwach (-d) in % (Eigene Darstellung, Werte gerundet)	S. 40
10	Gesamtergebnis der Inhaltsanalyse (Eigene Darstellung, Werte gerundet)	S. 42
11	Teil 1 des Fragebogens	S. 45
12	Teil 2 des Fragebogens	S. 46
13.1	Teil 3 des Fragebogens	S. 47
13.2	Teil 3 des Fragebogens – Fortsetzung	S. 48
14	Ergebnis der Inhaltsanalyse des Ego-Shooters „F.E.A.R.“ (Eigene Darstellung, Werte gerundet)	S. 50
15	Videospielnutzung nach Geschlecht und Schultyp in %	S. 53
16	Videospielemagazinerfahrung nach Geschlecht und Schultyp in %	S. 54
17	Bereitschaft das Spiel nach dem Lesen zu spielen in %	S. 55
18	Bereitschaft das Spiel nach dem Lesen zu kaufen in %	S. 56
19	Spiel- und Kaufbereitschaft nach Kategorien, abhängig vom Artikeltyp in %	S. 58
20	Spiel- und Kaufbereitschaft nach Kategorien, abhängig vom Artikeltyp und Schultyp in %	S. 59
21	Beurteilung der Artikelgewalt	S. 60
22	Bewertungsfaktor Lesespaß	S. 60
23	Bewertungsfaktor Spannung	S. 60
24	Bewertungsfaktor Abwechslung	S. 60
25	Bewertungsfaktor Überzeugung	S. 60
26	Artikelbewertung nach Schul- und Artikelart	S. 61
27	Artikelbewertung der Ego-Shooter-Spieler	S. 62
28	Artikelbewertung der Vielspieler	S. 63
29	Nutzung der Videospielezeitschriften nach Erfahrung und Schultyp in %	S. 63
30	Internet als Informationsquelle nach Erfahrung und Schultyp in %	S. 64
31	Spielbewertung als wichtiges Heftkriterium in %	S. 65
32	Meinung des Redakteurs zum Spiel als wichtiges Heftkriterium in %	S. 65

## *Von Killerspielen zu Killertexten*

*„Killerspiele gehören in Deutschland verboten. Sie animieren Jugendliche, andere Menschen zu töten. Das sind völlig unverantwortliche und indiskutable Machwerke, die in unserer Gesellschaft keinen Platz haben dürfen.“<sup>1</sup>*

Dieser Kommentar des bayerischen Ministerpräsidenten Edmund Stoiber zum Amoklauf an der Realschule in Emsdetten am 20.11.2006 zeigt, wie oberflächlich in Deutschland mit der Problematik „Gewalt in Medien“, und „Gewalt in Video- und Computerspielen“ im Speziellen, innerhalb der öffentlichen Diskussion umgegangen wird. Das Zitat beinhaltet gleichsam mehrere fragwürdige Aussagen. So wird z.B. *„[i]n Fachkreisen (...) der Begriff Killerspiele zur Klassifizierung von Computerspielen nicht gebraucht.“<sup>2</sup>* Des Weiteren ist Stoibers Kausalzusammenhang zwischen dem Konsum von „Killerspielen“ und der dadurch verursachten „Mordlust“ empirisch keineswegs belegt (vgl. dazu *Kap I, 2*). Auch dessen Eindimensionalität erscheint kritikwürdig. Zu guter Letzt verneint er eine breite öffentliche Diskussion, die sich auf wissenschaftliche Erkenntnisse stützt und in der sowohl Bedenkensträger als auch Befürworter zu Wort kommen durch die Forderung nach einem generellen Verbot gewalthaltiger Spiele.

Dabei gibt es bereits einen breiten Fundus an wissenschaftlichen Veröffentlichungen, die sich mit der Wirkung von „Killerspielen“ auf die Spieler<sup>3</sup> beschäftigen. Genau deswegen möchte sich die vorliegende Arbeit nicht allein mit den Wirkungen virtueller Welten auseinandersetzen, sondern sich vielmehr der dazugehörigen Fachpresse widmen. Diese blieb hinsichtlich ihres Inhalts und Einflusses auf die Spieler bisher relativ unbeobachtet. Dabei zeugen die mannigfaltigen Publikationen und die zum Teil sehr hohen Auflagenzahlen (vgl. *Kap. I, 4.1*) vom großen Interesse seitens der Spieler an Informationen zu ihrer Freizeitbeschäftigung. So lesen nur 13,2 Prozent der deutschen Video- und Computerspieler keine entsprechende Zeitschrift. Dabei ist zu beobachten, dass sowohl Gelegenheitsspieler als auch die so genannten „Hardcore-Gamer“ vom vielfältigen Zeitschriftenangebot Gebrauch machen und dies somit keineswegs eine Domäne der Vielspieler ist.<sup>4</sup>

Hierbei stellen sich nun mehrere Fragen: Inwieweit beeinflussen Videospielmagazine die Leser bezüglich deren Kauf- bzw. Spielentscheidung? Macht die Leserschaft ihren nächsten Spielkauf hauptsächlich von einer guten Bewertung eines bestimmten Spiels abhängig? Welche Rolle spielt dabei der vom Redakteur vergebene (Punkte-/Prozent-)Wert im Vergleich

---

<sup>1</sup> Kommentar **Edmund Stoibers** nach dem Amoklauf von Emsdetten. **Vgl. hierzu Sueddeutsche.de:** Debatte um Killer-Spiele. <http://www.sueddeutsche.de/deutschland/artikel/314/92222/> [Stand: 06. Juni 2007, 14:45], **/GameStar/dev:** Der Status Quo. Jugendschutz in Deutschland. S. 12. **und Jörg Langer:** „Killerspiele“ und die EU. S.14. [http://www.publishingoffice.de/artikel/IGM\\_Killerspiele\\_und\\_die\\_EU.pdf](http://www.publishingoffice.de/artikel/IGM_Killerspiele_und_die_EU.pdf) [Stand: 08. Dezember 2006, 17:29].

<sup>2</sup> **Game Face:** Medienwirkungsforschung. S. 108. Vgl. zur Klassifizierung von Video- und Computerspielen **Ladas, Manuel (2002):** Kategorisierung von Computerspiel-Genres. S.47. **und Fritz, Jürgen (2003a):** 1. Computer- und Konsolenspiele (CD-ROM; ohne Seitenangabe). **sowie Fehr, Wolfgang/Fritz, Jürgen (2003a):** 2. Typen der Videospiele (CD-ROM; ohne Seitenangabe).

<sup>3</sup> Alle in der Arbeit verwendeten Ausrücke sind als geschlechtsneutral anzusehen und beziehen sich sowohl auf die weiblichen wie auch männlichen Ausprägungen.

<sup>4</sup> Natürlich nutzen die Spieler je nach Spielverhalten (in der Sozioland-Studie als „gelegentliche/regelmäßige/ingeschworene/fanatische Spieler“ dargestellt) Video- bzw. Computerspielzeitschriften unterschiedlich intensiv und häufig. So lesen 68,1% der gelegentlichen, 89,2% der regelmäßigen, 93,8% der eingeschworenen und 96,4% der fanatischen Spieler entsprechende Fachpublikationen. **Vgl. Sozioland:** Games 2005. S. 109. [http://www.sozioland.de/rp/games/tabellen\\_games.pdf](http://www.sozioland.de/rp/games/tabellen_games.pdf) [Stand: 07. Mai 2007, 11:05]. Zu ähnlichen Ergebnissen kamen Witting und Esser. Demnach nutzen ca. 65% der Spieler Fachzeitschriften. **Vgl. dazu Esser, Heike/Witting, Tanja (2003b):** 3.1.2 Transfer von der virtuellen Welt in die reale Welt oder in die mediale Welt. S. 33.

zu den in der Spielbeschreibung enthaltenen Informationen und der vermittelten Atmosphäre? Wird in „Killerspielartikeln“ eine gewalthaltige Beschreibung des Spielinhalts verwendet, welche die virtuelle Gewalt durch subjektive Vermittlung des Spielinhalts durch den Autor verharmlost bzw. geradezu reizvoll erscheinen lässt anstatt sie zu kritisieren oder distanziert darauf hinzuweisen? Erhöhen diese Artikel zusammen mit einer positiven Bewertung die Kaufbereitschaft der Leser gegenüber Spielen mit Gewaltanteilen? Gerade die letzten beiden Fragestellungen scheinen von besonderem Interesse zu sein. Würde die Videospiefachpresse doch somit eine gewisse „Mitschuld“ an der Verbreitung der „Killerspiele“ treffen.

Diesen Fragen soll im Rahmen dieser Arbeit nachgegangen werden. Dabei wird im praktischen Teil zunächst inhaltsanalytisch untersucht inwieweit Artikel über „Killerspiele“ selbst Gewalt beinhalten. Dies geschieht über die (affektiv-konnotative) Bedeutungsstruktur der im Text verwendeten Wörter. Anschließend soll ein von Gymnasiasten und Hauptschülern der 9. Jahrgangsstufe ausgefüllter Fragebogen Aufschluss über die angenommene spiel- bzw. kaufentscheidende Wirkung eines „Killerspielartikels“ geben – einmal mit gewalthaltigem Inhalt, einmal ohne (zum genauen Versuchsaufbau und Ablauf siehe *Kap. II, 4.2 und II, 4.4*). Der theoretische Teil beschäftigt sich vor allem mit den Faktoren und Variablen, die für die Textwirkung maßgeblich entscheidend sind. Daran anschließend wird auf die Bedingungen für eine erfolgreiche Informationsverarbeitung eingegangen, die Grundlage für die Wirkung von Texten ist. *Kapitel I, 3.3* erklärt schließlich die unterschiedlichen Bedeutungsstrukturen, die Wörter innehaben. Dies ist für das Verstehen der inhaltsanalytischen Kodierung wichtig. Anschließend wird der Markt der deutschen Videospiefachpresse und dessen Leserschaft dargestellt.

Die Annahme, dass Artikel über gewalthaltige Spiele selbst Gewalt beinhalten, wird im Übrigen durch den Medienkritiker Erich Straßner gestützt. Demnach wirken thematisierte Inhalte „*zwangsweise auf die Sprache, die in ihnen Anwendung findet (...) ein (...)*.“<sup>5</sup> Artikel über „Killerspiele“ müssen nach dieser Einschätzung per se Gewalt enthalten – unabhängig vom Autor und dessen Absicht. Der Journalist Peter Linden sieht dies ähnlich. Ein journalistischer Text sei stets ein Abbild der zu beschreibenden Realität (in diesem Fall der virtuellen Realität).<sup>6</sup> Beinhaltet sie Gewalt, kommt dies folgerichtig auch im Text zur Sprache.

Nachdem McCombs und Shaw 1972 in ihrer Studie „The Agenda-Setting Function of Mass Media“ eine schwache Medienwirkung widerlegten und eine Hypothese zum direkten Einfluss der Medien und der darin behandelten Themen auf Menschen bzw. deren Meinung formulierten<sup>7</sup>, ist die Frage nach der Wirkung von gewalthaltigen Texten auf Basis gewalthaltiger Spiele durchaus legitim.

## ***I. Theoretischer Teil***

Der theoretische Teil dieser Arbeit lässt sich grob in vier Kapitel unterteilen, die eine Grundlage über den Zusammenhang zwischen Gewalt in Videospiele, der daraus folgenden Gewalt in Artikeln über diese Videospiele und deren Wirkung auf die Leser bietet. Dazu wird nach einer Bestimmung des „Killerspiel-“ und Gewaltbegriffs auf die Wirkung virtueller und literarischer Gewalt eingegangen. Ebenso wird auf die mannigfaltigen Einflussfaktoren auf den Wirkungsprozess bezüglich Subjekt- und Objektebene hingewiesen. Zuletzt gibt *Kapitel I, 4* einen Überblick über den Markt der Videospielezeitschriften, dessen Konsumenten sowie

<sup>5</sup> **Straßner, Erich:** 4. Mediendeutsch – Schweinedeutsch? S. 227.

<sup>6</sup> **Vgl. Linden, Peter:** Wie Texte wirken. S.61. Videospieleartikel müssen nach Lindens Ansicht als journalistischer Akt angesehen werden. Journalistische Texte sind weder fiktiv und noch poetisch. Dem Schreiben liegt ein aktueller Anlass, kein künstlerischer Drang zu Grunde.

<sup>7</sup> **Vgl. McCombs/Shaw:** The agenda-setting function of mass media. S. 176-187.



deren Nutzungsmotive. Damit bildet der theoretische Teil gleichzeitig eine Basis für den späteren empirischen Teil der Arbeit, der Auskunft über den Gewaltgehalt von Artikeln violenter Spiele und die damit einhergehende Wirkung auf die Leserschaft geben soll.

## **1. Begriffserläuterungen**

Bei einem derart – vor allem durch die Medien – stark emotionalisiert dargestellten Thema ist es nötig, die elementaren Begrifflichkeiten dieser Arbeit, „Gewalt“ und „Killerspiele“, durch eine klare Definition auf eine rational-objektive Basis zu stellen. Aus diesem Grund folgt nun eine Klärung und Differenzierung dieser aufgeladenen Begriffe, was zu einer besseren Verständlichkeit führen soll.

### **1.1 Programmirtes Töten – zum Begriff der „Killerspiele“**

#### **1.1.1 Öffentlich-politische Dimension**

Wie anfangs bereits erwähnt ist „Killerspiel“ eine insbesondere von Medien und Politik benutzte Begrifflichkeit. Unter Spielern und innerhalb der Spielindustrie beschreibt dieses Wort, das nach einem Mord an einer Schule in Bad Reichenhall 1999 erstmals landläufig im gehäufteten Maße gebraucht wurde, keine bestimmte Spielkategorie. Interessant an diesem Begriff ist die darin stark vorhandene Polemik. Wird doch davon ausgegangen, dass diese Spiele Handlungen von Mördern wiedergeben und die Spieler dadurch selbst zu „Killern“ werden. Der Begriff „Killerspiele“ greift damit auf das veraltete Wirkungssparadigma des Reiz-Reaktions-Schemas zurück und verneint damit die Abhängigkeit der Wirkung vom jeweiligen Rezipienten und dessen Sozialisation, Bildung, Erfahrungen oder anderen Personen bezogenen, individuell unterschiedlichen Variablen. Er begreift den Spieler also nicht als handelndes und vor allem denkendes Subjekt, sondern als reagierendes Objekt. Ein Gesetzentwurf des Freistaates Bayern vom 02.02.2007 für den Deutschen Bundesrat definiert den Begriff der „Killerspiele“ offiziell erstmals auf politischer Ebene. Dabei wird zwischen „virtuellen und realen ‚Killerspielen‘“<sup>8</sup> unterschieden. Während z.B. „Paintball“ oder „Gotcha“<sup>9</sup> zu den realen zählen, versteht man unter den virtuellen „Killerspielen“

*„(...) Spielprogramme, die grausame oder unmenschliche Gewalttätigkeiten gegen Menschen oder menschenähnliche Wesen darstellen und dem Spieler die Beteiligung an dargestellten Gewalttätigkeiten solcher Art ermöglichen.“<sup>10</sup>*

Mit dieser Begriffsbestimmung werden gleichsam alle Spiele, die Gewalt beinhalten und in denen virtuellen Menschen Schaden zugefügt wird per Definition zu „Killerspielen“ gemacht. Und tatsächlich werden in der öffentlichen Diskussion „Gewaltvideospiele“<sup>11</sup> den „Killerspielen“ oftmals gleichgesetzt. Dabei gibt es sehr große Unterschiede zwischen diesen beiden „Kategorien“ – je nachdem was unter „grausamen Gewalttätigkeiten“ verstanden wird.

---

<sup>8</sup> **Freistaat Bayern:** Entwurf eines Gesetzes zur Verbesserung des Jugendschutzes (JuSchVerbG). S. 20. [http://www.bundesrat.de/cln\\_050/SharedDocs/Drucksachen/2007/0001-0100/76-07](http://www.bundesrat.de/cln_050/SharedDocs/Drucksachen/2007/0001-0100/76-07) [Stand: 18. Juli 2007, 15:02].

<sup>9</sup> Bei beiden Mannschaftssportarten beschießen sich die Spieler mit aus Gewehren abgefeuerten Farbkugeln. Wird man getroffen, muss das Spielfeld verlassen werden; man ist quasi „tot“.

<sup>10</sup> **ibidem:** a.a.O. S. 2.

<sup>11</sup> **Christensen, Loren W./Grossman, Dave:** Gewaltvideospiele und automatische Steuerung. S. 32.



### 1.1.2 Die wissenschaftliche Dimension

Subsumierte man alle gewalthaltigen Spiele unter den Begriff der „Killerspiele“, fielen darunter eine große Anzahl an teilweise auch harmlosen Aufbausimulationsspielen. *Abbildung 1* macht dies deutlich und zeigt die starke Differenzierung der Videospieletypen auf, wobei die Tabelle nicht als vollständig angesehen werden kann.

**Abbildung 1: Gewaltanteile nach Videospielgenres** (Eigene Darstellung in Anlehnung an Ladas 2002: S.47)

Genre	Gewaltanteil
(3D-)Actionspiele	hoch
Kampfsportspiele	hoch
(Kriegs-)Strategiespiele	hoch
Wirtschafts- und Aufbausimulationen	niedrig
Militärische (Flug-)Simulationen	hoch
Zivile (Flug-)Simulationen	niedrig
(Auto-)Rennspiele	mittel
Sportspiele	niedrig
Jump-and-Run (Hüpf- und Sammelspiele)	niedrig
Rollenspiele	hoch
Adventures	niedrig
Denk- und Geschicklichkeitsspiele	niedrig

Ist eine militärische Flugsimulation, in der der Spieler den Auftrag hat über feindlichem Gebiet Bomben abzuwerfen ohne explizite Darstellung der Konsequenzen (sterbende Menschen, zerstörte Häuser etc.) auch als „Killerspiel“ zu bezeichnen? Oder ein Rollenspiel, in dem menschliche Gegner Runden basiert mittels Schwerthieben, Pfeil und Bogen malträtirt werden? Gemäß der obigen Definition sind auch dies „Killerspiele“, beinhalten sie doch Gewaltakte gegenüber Menschen. Auf die Darstellung wird dabei kaum eingegangen. In der Forschung wird der Begriff der „Killerspiele“ eher einer bestimmten Art von Spielen zugewiesen: den (3D-)Actionspielen und darunter besonders den Ego-Shootern, auch bekannt als First-Person-Shooter.

*„[Dabei erfolgt die] Sicht auf das Spielgeschehen durch die Perspektive einer subjektiven Kamera. (...) Die subjektive Kameraführung bedingt ein starkes Verschmelzen mit dem Spielgeschehen.“<sup>12</sup>*

Ziel dieses Spielgenres ist es, im virtuellen Raum durch das Bekämpfen von Gegnern „in ,quasi'-Echtzeit“<sup>13</sup> zu überleben, weshalb vom Spieler ein hohes Maß an Reaktionsvermögen und Schnelligkeit gefordert ist.

Während nun nach politischer, medialer und gesellschaftlicher Auffassung „Killerspiele“ mit Spielen gleichgesetzt werden, die Gewalt gegenüber Menschen bzw. ihnen ähnlichen Wesen beinhalten, unterteilt die Wissenschaft gewalthaltige Spiele hinsichtlich ihres Grades an Gewalt, der Spielhandlung, den Anforderungen an den Spieler und der Perspektive, die man einnimmt. „Killerspiele“ als solche gibt es nicht. Ego-Shooter lassen sich noch am ehesten als solche bezeichnen, ist doch der Gewaltgehalt als hoch, die Spielgeschichte als meist

<sup>12</sup> Esser, Heike/Witting, Tanja (2003a): Begriffserklärung und Typologie der Ego-Shooter. S. 1.

<sup>13</sup> Gimmler, Roland: Tabelle 23.2. Idealtypischer Vergleich ausgewählter Genres von Computerspielen und ihrer Merkmale. S. 463.

nebensächlich und die Identifikation des Spielers mit seinem virtuellen Alter Ego durch die subjektive Kameraeinstellung als am stärksten einzuschätzen.

Zu ähnlichem Schluss kommt der Wissenschaftliche Dienst des Deutschen Bundestages:

*„Killerspiele sind solche Computerspiele, in denen das realitätsnah simulierte Töten von Menschen in der fiktiven Spielwelt wesentlicher Bestandteil der Spielhandlung ist und der Erfolg des Spielers im Wesentlichen davon abhängt. Dabei sind insbesondere die graphische Darstellung der Tötungshandlungen und die spielimmanenten Tötungsmotive zu berücksichtigen.“<sup>14</sup>*

Diese Beschreibung spiegelt besonders den Spielinhalt und -gegenstand bei Ego-Shootern wieder, welche oftmals an real existierenden Schauplätzen spielen und in denen ebenfalls mit aus der Realität stammenden Waffen extreme Gewalt angewandt wird.<sup>15</sup>

### **1.1.3 Die rechtliche Dimension**

Rein juristisch betrachtet existiert bislang keine Definition des „Killerspiel“-Begriffs. Dies könnte sich jedoch mit der Verabschiedung des bayerischen Gesetzentwurfs in Kürze ändern. Bis dahin muss man sich am bestehenden Jugendschutzgesetz orientieren. Dieses sieht für jedes Spiel eine von fünf Altersfreigaben vor. Die Prüfung übernimmt die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK), deren Gutachter sich mehrheitlich aus der Jugendarbeit zusammensetzen.<sup>16</sup> Letztendlich erteilt aber der Vertreter der Obersten Landesjugendbehörde die rechtlich bindende Altersfreigabe.<sup>17</sup>

Aus öffentlich-politischer Sicht könnte man bereits Spiele, die das Kennzeichen „Freigegeben ab 16 Jahren“ tragen als „Killerspiele“ bezeichnen. Erhalten dieses Siegel doch nur Spiele, die

*„[r]asante, bewaffnete Action, mitunter gegen menschenähnliche Spielfiguren, sowie Spielkonzepte [bieten], die (...) kriegerische Auseinandersetzungen (...) nachvollziehen lassen (...).“<sup>18</sup>*

Legt man den wissenschaftlichen Ansatz der Gewaltintensität und des -gehalts zu Grunde, so müsste man – und auch das nur mit Abstrichen bezüglich des Genres – alle Spiele, die keine Jugendfreigabe erhalten haben als „Killerspiele“ titulieren. Diese sind nämlich aufgrund ihres Inhalts dazu geeignet *„die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gesellschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen.“<sup>19</sup>* Zwar wird mit keinem Wort erwähnt, ob dies nur auf Spiele der Ego-Shooter-Kategorie zutrifft, doch finden sich unter den „ab 16“- bzw. „ab 18“-Spielen zumeist Spiele aus dem Genre der Shooter.<sup>20</sup>

Anhand dieser verschiedenen Definitionen, lässt sich eine gemeinsame Beschreibung entwickeln. So gehören demnach Spiele zu den so genannten „Killerspielen“, wenn sie das

<sup>14</sup> **Grote, Michael/Sinnokrot, Carmen:** 2. Begriff der „Killerspiele“. S. 5.

<http://www.bundestag.de/bic/analysen/2006/killerspiele.pdf> [Stand: 24. Juli 2007, 15:09].

<sup>15</sup> **Vgl. Wiemken, Jens:** 1. Von Doom zu Half-Life: Counter-Strike – ein kurzer Überblick. S.1ff/4. Waffen – „Wieder das Rattern der MPs, dazwischen das Knarzen der Schrotflinte.“ S. 8f.

<sup>16</sup> **Vgl. Hans-Bredow-Institut:** 20.2.3 Gremienprüfung bei der USK. S.117. <http://www.hans-bredow-institut.de/presse/070628Endbericht.pdf> [Stand: 30. Juli 2007, 19:28].

<sup>17</sup> **Vgl. Gerstenberger, K.-Peter/Klingelstein, Marek:** 15. Was wird hier eigentlich gespielt? USK, Alterskennzeichen und Gewalt im Spiel. S. 55-58.

<sup>18</sup> **Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK):** Die fünf Kennzeichen und was sie bedeuten. [http://www.usk.de/90\\_Die\\_Alterskennzeichen.htm](http://www.usk.de/90_Die_Alterskennzeichen.htm) [Stand: 24. Juli 2007, 18:01].

<sup>19</sup> **ibidem.**

<sup>20</sup> **Vgl. USK:** Die Genres der USK. [http://www.usk.de/91\\_Die\\_Genres\\_der\\_USK.htm](http://www.usk.de/91_Die_Genres_der_USK.htm) [Stand: 24. Juli 2007, 18:17].

realistische Töten menschlicher Gegner mittels realitätsgetreu nachgebildeter Waffen als alleiniges Spielziel ausgeben, dies den einzigen Spielanreiz und alleinige Spielhandlung darstellt und das Spielgeschehen durch die Ich-Perspektive der virtuellen Kamera besonders subjektiv, und damit mitfühlend und für den Spieler beeinträchtigend, vermittelt werden soll. Die Verkaufszahlen dieser Art von Spielen sind, gemessen am Gesamtumsatz der Branche, als relativ gering zu bezeichnen. Vergangenes Jahr setzten die Hersteller von PC- und Videospiele 1,126 Milliarden Euro in Deutschland um.<sup>21</sup> Nur circa 5,5 Prozent davon gehen laut dem Verband der Unterhaltungssoftware Deutschland auf den Verkauf von Konsolenspielen, 3,6 Prozent auf den Absatz mit PC-Spielen ohne Jugendfreigabe zurück. Der größte Teil des Umsatzes wird mit Spielen ohne Altersbeschränkung erwirtschaftet.<sup>22</sup>

### **1.2 Was ist (virtuelle) Gewalt?**

In der Wissenschaft existiert keine einheitliche Bestimmung des (realen) Gewaltbegriffs. Je nach Forschungsgebiet und Empirie werden unterschiedliche Dimensionen herangezogen. Im Rahmen dieser Arbeit stellt sich die Frage, was virtuelle Gewalt im Spiel definiert. Eine Annäherung an eine eindeutige Begriffsbestimmung scheint nur durch einen Blick auf die Gewaltdefinitionen, die die Wirklichkeit betreffen, möglich. Die Psychologie – und in diesem Falle auch die Medienwissenschaft – beschreibt Gewalt als eine Ausprägung von Aggression in ihrer extremsten und gesellschaftlich nicht akzeptierten Form, die darauf aus ist andere Menschen zu verletzen oder gar zu töten.<sup>23</sup> Ebenso ist damit eine Schädigung von Tieren, Sachen oder Pflanzen bzw. der Umwelt gemeint.<sup>24</sup> Aggression wird als menschlicher Trieb angesehen, der aufgrund von Frustrationen, Emotionen oder gewissen Reizen auftritt und erlernbar ist.<sup>25</sup> Diese Definition ist jedoch bar jeder psychischer Aspekte, die Gewalt gegenüber Menschen mit sich bringen kann. Schließlich ist ebenso eine „Verletzung bzw. Beeinträchtigung der [...] psychischen Integrität eines Menschen“<sup>26</sup> vorstellbar. Nach Hausmanning verletze Gewalt daneben auch die Menschenwürde.<sup>27</sup> Es ist also neben der körperlichen und seelischen Dimension der Gewalt auch eine moralische zu beachten. Eine Übertragung dieser Definition auf die in PC- und Videospiele auftretende Gewalt und auch den dazugehörigen Artikeln scheint möglich: Denn die Medieninhalte, also auch die der Spiele, sind Projektionen unserer realen Gedanken, Wünsche und Träume.<sup>28</sup>

*„Die Ähnlichkeit ist [somit] hergestellt; sie ist eine Konstruktionsleistung des menschlichen Gehirns, das in der Lage ist, zu ergänzen und hinzuzudenken, was der virtuellen Welt im Vergleich zur realen Welt fehlt, um so in der Virtualität ein emotionales Erleben zu erreichen, das der Spieler wünscht (...).“<sup>29</sup>*

Nun lässt sich der reale Gewaltbegriff mit all seinen Ausprägungen dennoch nur zu Teilen auf die virtuelle Welt und von dort auf den Inhalt der „Killerspielartikel“ übertragen. Natürlich fügt der Spieler auch hier seinen digitalen Feinden Schaden zu, übt quasi personale Gewalt aus.

<sup>21</sup> **Vgl. Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware:** PC-Spiele und Videospiele. Marktentwicklung. S.4. [http://www.biu-online.de/fileadmin/user/Dateien/Marktzahlen\\_2006.pdf](http://www.biu-online.de/fileadmin/user/Dateien/Marktzahlen_2006.pdf) [23. Mai 2007, 09:10].

<sup>22</sup> **Vgl. Verband der Unterhaltungssoftware Deutschland:** Umsatzanteile nach Altersfreigabe. S. 46.

<sup>23</sup> **Vgl. Gerrig, Richard J./Zimbardo, Philip G.:** 7.3 Aggression und Gewalt. S. 334. **und Lode, Stefan:** I. Begriffe der Gewalt und der Gewaltbestimmung. S. 8.

<sup>24</sup> **Vgl. Mikos, Lothar:** Beobachtete Gewalt – reale Gewaltformen. S. 63.

<sup>25</sup> **Vgl. Gerrig, Richard J./Zimbardo, Philip G.:** a. a. O.

<sup>26</sup> **Hausmanning, Thomas (2002a):** 5. Gewalt im eigentlichen Sinn. S. 27.

<sup>27</sup> **Vgl. Hausmanning, Thomas:** a. a. O. S. 29.

<sup>28</sup> **Vgl. Gangloff, Tilmann P.:** Gewalt hat viele Gesichter. S.40. **und Büttner, Christian:** Phantasie und Wirklichkeit im Erleben des Menschen (CD-ROM ohne Seitenangabe).

<sup>29</sup> **Fehr, Wolfgang/Fritz, Jürgen (2003b):** 1. Von der realen zur virtuellen Gewalt. S. 50.

Dies geschieht meist in physischer Art und Weise<sup>30</sup>, da eine psychische Schädigung des Opfers ein komplett anderes Gameplay, also eine andere, weitaus komplexere Spielhandhabung seitens des Spielers erfordern würde. Von einer vielschichtigeren Spielhandlung und einer detaillierten Ausarbeitung der handelnden Charaktere innerhalb der Story, wie sie derzeit nur in wenigen Fällen anzutreffen ist, ganz zu schweigen<sup>31</sup>. Dennoch ist diese Form der Gewalt nicht real und entzieht sich somit möglicherweise auch einer Bewertung durch gängige Moralmaßstäbe. Der Gegner ist und bleibt virtuell; zwar intelligent, aber nicht fühlend. Dies macht virtuelle Gewalt abstrakter als reale Gewalt. Die schriftliche Beschreibung violenter Spiele bedarf dann nochmals einer größeren Dekodierfähigkeit seitens des Lesers und dürfte weit weniger emotional begleitet sein, als es bei der Betrachtung realer, medialer oder virtueller Gewalttaten der Fall ist.

Daneben muss beachtet werden, dass virtuelle Gewalt einen gänzlich anderen Bedeutungshintergrund aufweist. Während reale Gewaltakte für den Täter eine bestimmte Bedeutung haben, der Sinn hinter der Gewalt die Ausübung derselben und damit die Opferschädigung Ziel ist, verliert die Gewalt im Virtuellen ihren implizierten Bedeutungsaspekt.

*„Der Bedeutungsgehalt ist eine Bilderwelt ohne Bedeutung. Die Spieler erlangen keine Macht über die Bedeutungsgehalte, sondern über die Funktionsabläufe. Die Bilder bedeuten [...] nichts (...).“<sup>32</sup>*

Vor allem „Killerspiele“ fordern vom Spieler das Erlernen simpler Reiz-Reaktions-Mechanismen. Gewalt ist dabei lediglich ein Mittel, um vorgegebene Aufgaben zu erfüllen. Das Spielziel sind – von einigen Ausnahmen abgesehen<sup>33</sup> – nicht die Gewalthandlungen selbst. Natürlich bleibt es dennoch fragwürdig, ob das Einsetzen von Gewalt zum Erfüllen einer Mission ein angemessenes, ethisch vertretbares Mittel ist.

Findet diese virtuelle Gewalt nun Einzug in die Rezensionen über die so genannten „Killerspiele“, müssen dabei zwei Aspekte beachtet werden, die diese literarische von herkömmlicher und auch non-realer Gewalt unterscheiden. Zum einen haben wir es in den Artikeln mit einer sehr abstrakten Gewaltdarstellung zu tun. Während Romane oder anderweitige literarische Erzählungen Gewalthandlungen in all ihren Facetten und Details beschreiben und damit die explizite Gewaltdarstellung alleiniger Schreibgrund ist, dürfte bei Videospielartikeln mit einer reinen Funktionsbeschreibung hinsichtlich der Gewalt zu rechnen sein, die dem Spieler aufzeigt, welche Aufgaben er durch Gewaltanwendung im Spiel lösen und welche Missionen er erreichen kann. Ein Textbeispiel zum Xbox-Spiel „Mercenaries“ (3<sup>rd</sup>-Person-Shooter; USK keine Jugendfreigabe) macht dies deutlich:

*„Um den Kontostand auf Vordermann zu bringen, muss Euer Söldner dem Feind Nordkorea auf jede erdenkliche Weise Schaden zufügen: Klaut Waffenvorräte, murkst hochrangige Offiziere ab, sprengt Armeestützpunkte und Verteidigungsstellungen in die Luft oder legt Panzerbrigaden lahm.“<sup>34</sup>*

Die Gewalthandlungen sind hier in einem funktionalistischen Wirkungszusammenhang eingebettet, welcher das Schädigen – und hier ganz im Speziellen das Töten – des virtuellen Gegenübers als pragmatischen, nicht emotionalen Akt des Spiels beschreibt. Sinn und Zweck

<sup>30</sup> Vgl. Esser, Heike/Witting, Tanja (2003a): a. a. O. S. 1.

<sup>31</sup> Die Spielhandlung und -welt in 3D-Actionspielen sind eher linear und meist ohne Nebenhandlungen aufgebaut. Vgl. dazu Gimmler, Rainer: 23.1.2 Spielangebote und -inhalte: Genres und Genremerkmale. S. 463.

<sup>32</sup> Fritz, Jürgen (2003e): 3. Um was es geht. S. 4.

<sup>33</sup> beim in Deutschland indizierten Spiel „Manhunt“ geht es beispielsweise tatsächlich nur um das – möglichst grausame und „trickreichste“ – Töten der virtuellen Gegner.

<sup>34</sup> Maniac 3/2005: Mercenaries. S. 74.

dieser Texte ist nicht das Erzählen einer möglichst gefühlsbetonten, gewalthaltigen Geschichte, sondern den Spielspaß nach festgelegten Kriterien zu bewerten. Dazu zählen der Aufbau der Levels, Spielsteuerung, Abwechslung, Atmosphäre und Komplexität.<sup>35</sup> Kurzum: Macht das Spiel und die darin enthaltenen Aufgabenstellungen Spaß? Bedingt durch diese „Stiftung Warentest“ ähnliche Prüfmethode ist eine subjektive und damit auch emotionale Beschreibung der Gewalt weit weniger möglich, und wahrscheinlich auch vom Autor nicht in dem Maße erwünscht, wie es bei anderen, oben genannten Textgattungen der Fall ist. Es ist im Übrigen davon auszugehen, dass die Rezeption dieser Texte unter dem Gesichtspunkt des „Sich informieren wollen“ geschieht. Es dürfte eine objektive Kaufberatung erwartet werden, die sich weniger auf eine genaue Darstellung von Gewaltszenen stützt als auf eine gründliche Beschreibung der vom Spiel gestellten Aufgaben, die Qualität der Grafik oder auch die Möglichkeit das Spiel zusammen mit Freunden zu spielen. Die Gewalt dürfte auch hier von den Lesern in den übergeordneten Spielkontext gestellt und lediglich als ein funktionalistischer Teil des Spielrepertoires angesehen werden. Die im Artikel enthaltenen gewalthaltigen Abschnitte werden unweigerlich mit der virtuellen Spielwelt verbunden und verlieren dadurch einen eventuellen Realbezug, der bei „normalen Texten“ unter Umständen gegeben ist. Doch sind dies nur Vermutungen, die im praktischen Teil der vorliegenden Arbeit (siehe *Kap. II, 3.6*) verifiziert werden sollen.

## ***2. Die Wirkung virtueller Gewalt***

Auch wenn in dieser Arbeit nicht die Wirkung bzw. der mögliche Einfluss von virtueller Gewalt auf die Rezipienten untersucht wird, so kommt man nicht umhin, diesbezüglich einen Blick auf die aktuelle Forschungslage zu werfen. Schließlich bilden die „Killerspiele“ die Grundlage der zu untersuchenden Artikel und deren Einfluss auf die Leserschaft. Darüber hinaus geben sie – hält man sich an Straßners These – durch den Grad ihrer Gewalthaltigkeit auch das mögliche Ausmaß des im Text vorkommenden gewalthaltigen Inhalts vor.

Beliebt – vor allem im angelsächsischen Raum – sind Laborexperimente. Als bekanntes Beispiel dient hier die Studie von Anderson und Dill. Sie ließen zwei Testgruppen für jeweils drei mal 15 Minuten Spiele mit bzw. ohne Gewaltgehalt spielen. Während die eine Gruppe den in Deutschland indizierten Shooter „Wolfenstein 3D“ spielte, rätselte die andere Gruppe am Adventure „Myst“. Anschließend an jede Spielsitzung war es den Versuchspersonen möglich, die jeweils anderen Spieler mittels langen bzw. lauten Geräuschen zu „bestrafen“. Für Anderson und Dill war die Länge und die Intensität der Bestrafung letztendlich das Maß der durch das entsprechende Spiel verursachten Aggression. „Wolfenstein“-Spieler misshandelten dabei ihre „Opfer“ länger und stärker. Davon ausgehend wurde auf eine Aggressivität steigernde Wirkung von „Killerspielen“ geschlossen. Des Weiteren wurden Zusammenhänge zwischen der Nutzungsdauer gewalthaltiger Spiele, aggressivem Verhalten und ohnehin vorhandenen aggressiven bzw. Gewalt bejahenden Dispositionen gefunden.<sup>36</sup> Vor allem die erste Schlussfolgerung ist jedoch aus mehreren Gründen fragwürdig. Zum einen, weil sich die beiden Spiele aufgrund ihrer Verschiedenartigkeit nicht miteinander vergleichen lassen. So ist „Wolfenstein 3D“ ein Spiel, das sehr von der Dynamik (schnelle Reaktionsfähigkeit), dem Sound („Kampfkulisse“) und vor allem von der grafischen Darstellung (eine finstere Burg wird in Echtzeit und Ich-Perspektive erkundet) lebt. Zum anderen aufgrund der Laborsituation, die keine natürliche Spielsituation, wie sie für

<sup>35</sup> Vgl. *ibidem*: So werten die Experten. S. 73.

<sup>36</sup> Vgl. Anderson, C.A./Dill, K.E.: Study 2: Experimental test of video game violence effects. S. 784-788.

gewöhnlich gegeben ist<sup>37</sup>, zulässt. Darüber hinaus ist es fraglich, ob 15-minütiges Spielen ausreicht, um eine gesteigerte Aggression zu messen – vor allem in der getätigten Art und Weise.<sup>38</sup> Das gemessene aggressivere Verhalten muss also nicht zwangsläufig an der virtuellen Gewalt liegen, sondern kann auch das Ergebnis einer höheren Erregung („Arousal“) durch die Spiel bestimmenden Faktoren Dynamik, Sound, Grafik etc. sein. Die „Arousal- und Excitation-Transfer-Theorie“<sup>39</sup> geht davon aus, dass bestimmte – auch nicht gewalthaltige – Inhalte wie Pornografie oder Action-Szenen im Allgemeinen ein erhöhtes Erregungspotenzial seitens des Rezipienten hervorrufen.<sup>40</sup> Hierbei ist jedoch festzuhalten, dass eine „[h]öhere Erregung (...) nicht zu aggressivem Verhalten führen [muss].“<sup>41</sup> Unter Umständen kann sie jedoch „eine Vorbedingung für die Auslösung einer aggressiven Handlung sein.“<sup>42</sup> Die bisher größte im deutschsprachigen Raum durchgeführte Untersuchung zum Thema Wirkung von Gewaltspielen lieferte der Kommunikationswissenschaftler Manuel Ladas. In einer Befragung von 2141 Computerspielern wurde die Frage nach Nutzung und Auswirkung von „Killerspielen“ stark in einen psychologisch-konstruktivistischen Rahmen eingebunden, der nicht nur isoliert den Effekt betrachtet, sondern

*„(...) d[er] dem Nutzer eine individuelle Selektions- und Interpretationsleistung bei der Konstruktion »seiner« Wirklichkeit einräum[t] und neben dem Medium auch die inneren und äußeren Bedingungen des Nutzers und die reflexiven Beziehungen dieser Faktoren untereinander berücksichtigt[, anstatt von starr festgelegten Wirkungen (à la »Stimulus-Response«) auszugehen.“<sup>43</sup>*

Als wichtiges Ergebnis der Studie kann festgehalten werden, dass von einer Mehrheit der Spieler die Gewalt im Spiel rein funktionalistisch und stark ästhetisiert wahrgenommen wird.<sup>44</sup> Es findet keine Empathie und Emotionalität seitens der Spieler für die virtuell getöteten Gegner statt.<sup>45</sup> Ähnlich beschreiben dies auch Fehr und Fritz. Sie weisen darauf hin, dass virtuelle Gewalt für Spieler den bloßen Sinn von Hinweisreizen für das Überleben bzw. Vorankommen im Spiel einnimmt.<sup>46</sup> Gegner würden nicht als fühlende Menschen erkannt, und übrigens auch nicht von den Entwicklern mit allen Konsequenzen, die eine reale Gewalteinwirkung langfristig nach sich ziehen würde, dargestellt, sondern als „Inventar“ der virtuellen Spielumgebung, die Gewalt wird als Metapher angesehen.<sup>47</sup> Dies lässt sich möglicherweise mit den unterschiedlichen Moral- und Wertvorstellungen der Spieler bezüglich der realen und der virtuellen Welt erklären. So überträgt eine große Mehrheit die in der Wirklichkeit geltenden Regeln und eben auch moralischen Maßstäbe nicht in die

<sup>37</sup> Vgl. Atteslander, Peter: 1.2 Apriorische Einwände gegen das Experiment in den Sozialwissenschaften. S. 174ff.

<sup>38</sup> Zur ausführlichen Kritik der Studie siehe Ladas, Manuel (2002): 4.3 Experimentelle (Expositions-)Studien. S. 119-122. und Gimmler, Rainer: 23.4.1 Computerspiele im Kontext problematischer Inhalte: Gewalt. S. 469. Zur allgemeinen Kritik an Experimentalstudien zum Thema Gewaltwirkung siehe Prokop, Dieter: Publikumstrukturen. Wie wirkt Gewalt in den Medien? S. 363.

<sup>39</sup> Gimmler, Rainer: a.a.O. S. 468.

<sup>40</sup> Vgl. Ladas, Manuel (2002): 2.6 Thesen zur Wirkung medialer Gewalt. S. 71.

<sup>41</sup> Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid: 4.4.1 Erhöhung der physiologischen Erregung. S. 203.

<sup>42</sup> Lukesch, Helmut: 2.2.2 Gewalthaltige Computerspiele, Erregung und Aggressivität. S. 127.

<sup>43</sup> Ladas, Manuel (2003): Brutale Spiele(r)? S. 27.

<sup>44</sup> Vgl. Ladas, Manuel (2002): 4.5.1 Sinn und Story. S. 135ff.

<sup>45</sup> Vgl. Ladas, Manuel (2003): Realgewalt ≠ Computerspielgewalt ≠ Filmgewalt. S. 28.

<sup>46</sup> Vgl. Fritz, Jürgen (2003b): Action muss sein. S. 8.

<sup>47</sup> Vgl. Fritz, Jürgen (2003c): 3.4. Selbstbezug (dynamischer Funktionskreis).



virtuellen Gewaltwelten.<sup>48</sup> Allerdings fand Ladas auch heraus, dass vor allem realistisch in Szene gesetzte „Killerspiele“ durchaus als Verstärker bzw. Bestätiger wirken können. Spieler mit ohnehin Gewalt befürwortender Disposition gaben vorrangig diese Spiele als Lieblingsgenre an. Zudem ergaben sich Hinweise, dass das Interesse an Waffen durch das Spielen entsprechender Spiele geweckt werden kann.<sup>49</sup> Ein Transfer gewalttätiger, in der virtuellen Welt erlernter Handlungen auf die Realität, wie er in der öffentlichen Diskussion immer wieder als gegeben angesehen wird, konnte nicht nachgewiesen werden.<sup>50</sup> Fehr und Fritz fassen den aktuellen Stand der Wirkungsforschung folgendermaßen zusammen:

*„Auf erkenntnistheoretischer Ebene besteht unter Wissenschaftlern weithin Einigkeit, dass es in Hinblick auf die mediale Welt keine direkten Wirkungen von dieser auf die reale Welt gibt, egal, ob die Inhalte gewaltorientiert sind oder nicht.“<sup>51</sup>*

### 3. Textwirkungen

Da Videospieldredakteure die Artikel über „Killerspiele“ nicht schreiben ohne zuvor das entsprechende Spiel auch gespielt zu haben, könnte es sein, dass der Inhalt der erlebten Virtualität – und in diesem Falle auch die Intensität der virtuellen Gewalt – sich auf die journalistische Darstellung bzw. Wiedergabe direkt auswirkt. Es fände also ein Transferprozess zwischen Spielwelt bzw. virtueller Welt und medialer Welt (Videospielartikel) statt<sup>52</sup>, der wiederum Auswirkungen auf die Leser haben könnte.

#### 3.1 Wie Texte wirken können

1992 tötete Wayne Lo zwei Menschen, nachdem er sich immer wieder die „Offenbarung des Johannes“ durchgelesen hatte. Er verinnerlichte das Evangelium dermaßen, dass er dessen Inhalt als seine Mission auffasste, die es umzusetzen galt. Im Jahr 1785 fanden sich mehrere „(...) gefährlich schwärmende Jünglinge zusammen und wollten [...] sich durch Mord [...] aus[...]zeichnen. Sie wollten Schiller's [sic!] Räuber realisieren.“<sup>53</sup> Ebenso wird nach der Veröffentlichung von Goethes „Die Leiden des jungen Werther“ von einer steigenden Anzahl an Suiziden berichtet, die auf die Lektüre des Buches zurückzuführen sein sollen.<sup>54</sup>

Nun sind diese Wirkungen und die scheinbar aus der Buchlektüre resultierenden Handlungen wissenschaftlich nicht belegt. Amerikanische und niederländische Psychologen wiesen indes in ihrer Studie „When God Sanctions Killing: Effects of Scriptural Violence Aggression“ nach, dass die eigene Gewaltbereitschaft nach der Lektüre eines gewalthaltigen Textes ansteigen kann. Dabei wurde den studentischen Versuchspersonen eine Geschichte aus dem „Buch der Richter“ des Alten Testaments vorgelegt. Während einem Teil offen gesagt wurde,

<sup>48</sup> 85% der interviewten Spieler gaben an, für sie existierten unterschiedliche und getrennte Moral- und Wertvorstellungen hinsichtlich der virtuellen und der realen Welt. **Vgl. Witting, Tanja/Esser, Heike (2003b):** 3.4 Ethisch-moralischer Transfer. S. 38.

<sup>49</sup> **Vgl. Ladas, Manuel (2003):** a. a. O.

<sup>50</sup> **Vgl. Ladas, Manuel (2002):** 4.10. Fazit. S. 162.

<sup>51</sup> **Fehr, Wolfgang/Fritz, Jürgen (2003b):** Wie virtuelle Gewalt wirkt. S. 50.

<sup>52</sup> Nach dem Lebensweltmodell nach Fritz besitzt jeder Mensch mehrere inkorporierte Welten, zu welchen sich die unterschiedlichen Erfahrungen und Reize der „Wirklichkeit“ einordnen lassen. Durch die Interaktion dieser Welten wird die individuelle Realität konstruiert. Der Mensch kann Handlungsmuster, die in einer Welt erlernt wurden, in die andere Welt übertragen. **Vgl. Fritz, Jürgen (2003d):** Lebenswelten des Menschen als seine Realität. S. 3ff.

<sup>53</sup> **Anonyme Rezension aus dem Magazin der Philosophie und schönen Literatur nach Grawe, Christian:** Friedrich Schiller ‚Die Räuber‘. Erläuterungen und Dokumente. S. 183.

<sup>54</sup> **Vgl. Andree, Martin (2005):** 1. Fragestellung (1): Warum wirken Medien? S. 7ff.



es handle sich um einen biblischen Text, wurde den anderen erzählt, die Geschichte stamme aus einer 1984 gefundenen Schriftrolle. Anschließend sollten die Versuchspersonen an einem Reaktionstest im Wettkampf mit anderen teilnehmen. Wer zu langsam reagierte, erhielt Krach über einen Kopfhörer. Die Lautstärke wurde dabei jeweils durch den Konkurrenten geregelt. Nun zeigten sich diejenigen Studenten deutlich aggressiver, die glaubten, eine Bibelstelle gelesen zu haben. Waren diese darüber hinaus auch gläubig, war die gemessene Aggressivität nochmals höher.<sup>55</sup>

Zwar muss auch hier auf die Störvariablen von Experimentalstudien und auf den erheblichen Einfluss individueller Persönlichkeitsvariablen sowie des Untersuchungsdesigns (Bibeltext vs. „nicht legitimierte Schriftrolle“) hinsichtlich der Wirkung (gläubig vs. nicht-gläubig) hingewiesen werden. Dennoch zeigt die Untersuchung, dass das Lesen gewalthaltiger Texte aggressiveres Handeln seitens des Lesers begünstigen kann. Da davon auszugehen ist, dass Videospiele, die vornehmlich „Killerspiele“ spielen, vor allem die Artikel lesen, die genau über diese Spielkategorie berichten<sup>56</sup> und diese wiederum wohl selbst Gewalt beinhalten, „(...) kann dies eine signifikante Erhöhung der Aggression bewirken [... und] die Brutalität verstärken.“<sup>57</sup>

### 3.2 Die Einflussfaktoren der Textwirkung

Nicht in der Studie erwähnt wurde, ob auch Persönlichkeitsmerkmale wie eine bereits vorhandene Disposition zu Gewalt mit einbezogen wurden. Dabei hängt es maßgeblich vom Leser ab, ob und wie Texte wirken. Mit dem Begriff der Wirkung ist in dieser Arbeit die „(...) Veränderung des Wissens, der Einstellung und des Verhaltens beim Rezipienten [...] durch Stimuli der Massenkommunikation eines Mediums (...)“<sup>58</sup> gemeint. Verinnerlichen die Leser gewalthaltiger „Killerspielartikel“ den Inhalt stärker als Leser nicht gewalthaltiger Artikel über „Killerspiele“ (*Wissen*), werden damit Einstellungen gefestigt oder gar neu geschaffen und führt dies letztendlich eher zum Kauf (*Verhalten*) des durch einen „violenten Text“ beschriebenen Spiels?

#### 3.2.1 Einflussvariablen auf den Organism

Dazu müssen mehrere individuelle Wirkungsfaktoren, hier nur kurz angerissen, berücksichtigt werden. Neben Variablen wie Alter, Geschlecht, Intelligenz, Vorwissen (im Kontext der vorliegenden Arbeit bedeutet dies Videospieleerfahrung und Medienkompetenz) und Einstellungen existieren nach Klapper noch so genannte „*mediating factors*“<sup>59</sup>, die die Wirkung von Massenkommunikationsmedien beeinflussen. Persönliche Prädispositionen, Gruppenzugehörigkeitsgefühl, allgemeine Beeinflussbarkeit und Meinungskonflikte gehören ebenso dazu wie die Kommunikation mit Meinungsführern.<sup>60</sup> Gerade auf die individuellen Vorlieben und die Rolle der Videospiefachpresse als „opinion leader“ und deren Einfluss auf das Kaufverhalten der Leser wird im praktischen Teil mit entsprechenden Fragen eingegangen (vgl. *Frage 17 und 18* des Fragebogens im Anhang). Zudem ist die Wirkung abhängig von

<sup>55</sup> Vgl. Swanbrow, Diane: When God sanctions violence, believers act more aggressively. <http://www.ns.umich.edu/htdocs/releases/story.php?id=3191> [Stand: 05. Mai 2007, 15:34].

<sup>56</sup> In der Regel ist die Lesemotivation größer, wenn der Rezipient davon ausgehen kann, dass der zu lesende Text die eigenen Einstellungen und Erwartungen bestätigt. Vgl. dazu Andringa, Els: 2.1.4. Die Lesemotivation. S. 26.

<sup>57</sup> Bushmann, Brad nach Rötzer, Florian: Gewaltbereitschaft kann auch durch Lektüre von Texten verstärkt werden. <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/24/24907/1.html> [Stand: 05. Mai 2007, 15:12].

<sup>58</sup> Giegler, Helmut/Merten, Klaus/Uhr, Friederike: 1.1 Der Begriff der Wirkung. S.12. Vgl. auch Maletzke, Gerhard: Zum Begriff „Wirkungen“. S. 5ff.

<sup>59</sup> Klapper, Joseph T.: Mediating factors in the Service of Reinforcement. S. 18.

<sup>60</sup> Vgl. Früh, Werner: Neobehaviorismus und traditionelle publizistische Wirkungsforschung. S. 30f.

der selektiven Medienwahl, der reflexiven Mediennutzung (wie setzt sich der Rezipient mit dem Medium auseinander und welche Folgen hat dies auf die zukünftige Medienwahl) sowie der Konstruktivität. Demnach konstruiert sich die Wirkung aus dem genutzten Informationsangebot, den individuellen Erfahrungen und den situationalen Kontexten (z.B. den geltenden Werten und Normen einer Gesellschaft).<sup>61</sup> Auch hier kann man im empirischen Teil unterschiedliche Textwirkungen bei Lesern mit unterschiedlichem Vorwissen oder Spielpräferenzen erwarten.

Einen wesentlichen Beitrag zur Informationsverarbeitung und damit zum Textverständnis und zur letztendlichen Textwirkung<sup>62</sup> leistet die individuell abhängige Lesemotivation. Unter dem Begriff der Motivation versteht man,

*„(...) daß [sic!] jemand (1) ein Ziel hat, daß er (2) sich anstrengt und daß er (3) ablenkungsfrei bei der Sache bleibt. (...) Genauer bezeichnen wir mit Motivation die aktivierende Ausrichtung des momentanen Lebensvollzugs auf einen positiv bewerteten Zielzustand.“<sup>63</sup>*

Dies ist insofern von Interesse, als dass die eben genannten drei Aspekte der Motivation bei den empirischen Untersuchungen sowie den Ergebnissen später eine große – und leider auch eine nicht exakt zu messende, geschweige denn eine ausschaltbare – Störvariable darstellen, die wiederum stark von den räumlichen (Anordnung der Stühle und Tische im Klassenzimmer) und personellen (Verhalten der Schüler und der Lehrkraft während der Feldphase) Gegebenheiten abhängt (vgl. *Kap. II, 4.3*).

An dieser Definition ist weiterhin der darin erwähnte „Zielzustand“ bemerkenswert. Denn das Ziel des aufmerksamen Lesens eines Videospielartikels ohne innerlich und äußerlich auftretende Hemmfaktoren bezüglich der Aufmerksamkeit dürfte der Wille zu einer größtmöglichen Informationsaufnahme sein. Die Stärke dieser Zielausrichtung bedingt erheblich die Verarbeitung aufgenommener Textinformationen. Erreicht dieses so genannte Aktivationsniveau, welches sich aus der momentanen affektiven Verfassung und einer Kosten-Nutzen-Rechnung des Individuums hinsichtlich der durch das Lesen zu erwartenden „Belohnung“ zusammensetzt, ein mittleres Maß, so ist die Informationsverarbeitung am effektivsten<sup>64</sup> – die Textwirkung also am größten.

Wovon hängt nun aber die Rezeptionsmotivation ab? Einige dieser ex- und intrinsischen Motivationsfaktoren können beispielsweise kultureller Art sein. Demnach entsteht ein Lesebedürfnis erst mit der Erfahrung etwas Bestimmtes gelesen zu haben bzw. zu wissen, dass es dieses gibt.<sup>65</sup> Ein gutes Beispiel hierfür sind die Stammleser, die aus Gewohnheit und Zufriedenheit mit dem Produkt seit Jahren immer wieder zur selben Publikation greifen, um sich daraus zu informieren. Ebenso hängt es von individuellen Variablen wie einer gewissen Erwartung an einen Text, einem entsprechenden sozialen Umfeld, dem Alter oder der eigenen

---

<sup>61</sup> **Vgl. Giegler, Helmut/Merten, Klaus/Uhr, Friederike:** 1.2 Das Konzept der Wirkung. S. 27-31. Einen guten Gesamtüberblick über die verschiedenen beteiligten Faktoren und Variablen, die die Wirkung eines Mediums der Massenkommunikation mitbestimmen, bietet das Feldschema der Massenkommunikation nach Maletzke; **siehe Maletzke, Gerhard:** 3. Grundprobleme und Grundkonzepte der Wirkungsforschung. S. 13-31.

<sup>62</sup> Werner Früh beschreibt die Textwirkung als Resultat einer vorausgegangenen subjektiven Informationsverarbeitung durch den Leser. **Vgl. Früh, Werner:** IV. Hypothesen über Textwirkungen. S. 92.

<sup>63</sup> **Rheinberg, Falko:** 1.2 Was ist Motivation? S. 16/18.

<sup>64</sup> Der Zusammenhang zwischen Aktivierung und Erinnerungsleistung bezüglich der im Text enthaltenen Informationen lässt sich durch eine „umgekehrte U-Funktion“ beschreiben. Darin gilt der Zustand der „wachen Aufmerksamkeit“ beim Lesen als Optimalzustand während bei einer „entspannten Wachheit“ bzw. einer zu starken Erregung oder sogar Panik die Informationsaufnahme und -verarbeitung abnimmt. **Vgl. Meyer-Hentschel, Gundolf:** I. Das Aktivierungskonzept. S. 4ff. **und Früh, Werner:** 2. Das Aktivationsniveau. S. 88.

<sup>65</sup> **Vgl. Andringa, Els:** a. a. O. S. 22.

Veranlagung ab, ob und wie man einen Artikel liest.<sup>66</sup> So werden Jugendliche, in deren Familien- oder Freundeskreis niemand Erfahrung mit Videospiele oder der Fachpresse aufweist, seltener dazu greifen. Dasselbe gilt für diejenigen, die sich nicht für die in den Artikeln bereitgestellten Informationen zum Spiel interessieren, und sich stattdessen z.B. eher an den Angaben auf der Spielverpackung orientieren. Zudem kann auch eine direkte Situation eine aktuelle Lesemotivation auslösen. Diese ist schließlich durch zeitliche, räumliche und soziale Umstände sowie die psychische Beschaffenheit des Lesers determiniert.<sup>67</sup> Diese drei Motivationsarten bestimmen maßgeblich den Grad der Rezeption.

Vor allem der Faktor der „direkten Situation“ ist – zumindest für den praktischen Teil der Arbeit und die erhofften Wirkungszusammenhänge – von großer Bedeutung. Geschieht die Textrezeption nämlich unfreiwillig, z.B. als Klassenlektüre im Deutschunterricht oder auch als das zwangsweise Lesen eines Videospieleartikels, ist mit einer nicht adäquaten Aufnahme der Informationen zu rechnen, sofern sich die Motivation nicht durch die Rezeption selbst ändert<sup>68</sup> oder von vornherein ein positiv affektiver Zustand zusammen mit einem gewissen Leseinteresse besteht. All dies ist wiederum von den erwähnten kulturellen und individuellen Motivationsfaktoren abhängig.

Eine effektive Informationsaufnahme und -verarbeitung ergeben sich demnach aus vielerlei Variablen. Erst wenn ein Rezeptionsinteresse besteht, die „*momentane[...] affektive[...] Zuständlichkeit*“<sup>69</sup> und die Situation es zulassen, können diese Prozesse angemessen ablaufen und eine entsprechende Wirkung erzielt werden.

### 3.2.2 Einflussvariablen auf den Stimulus

Selbstverständlich hängt die Wirkung eines Textes immer auch von der Beschaffenheit desselben ab, welche sich in der äußeren und inneren Struktur manifestiert. Rein formale Textfaktoren wie die grafische Strukturierung, die Wortfrequenz, das Verhältnis der verwendeten Substantivanzahl zur Gesamtwortanzahl, die Komplexität der Satzverschachtelung, die eventuelle Monotonie verwendeter Satzstrukturen sowie die Vertrautheit mit dem benutzten Vokabular<sup>70</sup> sind für das Verständnis und damit auch die Wirkung eines Textes relevante Variablen. So belegen Studien, dass längere Artikel als informativer und damit auch glaubwürdiger wahrgenommen werden. Glaubwürdiger nicht zuletzt auch deshalb, weil Texten im Gegensatz zu Anzeigen in der Regel kein Beeinflussungsinteresse unterstellt wird.<sup>71</sup> Nun sind die inhaltsanalytisch zu untersuchenden „Killerspielartikel“ mindestens zwei DIN A4-Seiten lang und nehmen im Vergleich zum Rest des Heftinhalts relativ viel Platz ein. Nimmt man den Fakt, dass sich Videospiele gerade deshalb der Fachpresse zuwenden, um informiert und auch objektiv beraten zu werden, hinzu, so dürften die Artikel – egal über welches Spiel – durchaus eine Kauf entscheidende Wirkung haben. Wobei nicht geklärt ist, wovon diese abhängt und wie stark diese den Leser in dessen Entscheidung beeinflusst. Darüber hinaus dürfte ein Großteil der Leserschaft sich gut mit dem in der Spielszene benutzten Jargon auskennen, welcher auch in den Artikeln zum Teil aufgegriffen wird. Auch dies unterstützt den Informationstransfer und damit eine mögliche Beeinflussung.<sup>72</sup>

---

<sup>66</sup> Vgl. *ibidem*.

<sup>67</sup> Vgl. Andringa, Els: a. a. O. S. 23.

<sup>68</sup> Vgl. *ibidem*.

<sup>69</sup> Früh, Werner: a. a. O.

<sup>70</sup> Vgl. Früh, Werner: 1. Die Wirkung einzeln variiertes formaler Textmerkmale. S. 183-196.

<sup>71</sup> Vgl. Müller, Claudia: 2.1.1 Text S.129 / 2.3 Wirkung des Mediumfeldes. S. 135. und Haselböck, Hans-Joachim: 6. Theoretische Grundlagen des Einflusses der Variablen des Kommunikationsprozesses auf die Kommunikationswirkung. S. 109.

<sup>72</sup> Vgl. Früh, Werner: 3. Thorndikes probabilistischer Ansatz. Sprachstatistik. S. 33.

### 3.2.3 Einflussvariablen auf den Kommunikator

Nicht zuletzt bestimmt der Kommunikator die Wirkung des von ihm verfassten Textes. Je höher seine Attraktivität, desto eher bewirkt dies einen Einstellungswandel in die von ihm bewusst oder unbewusst gewünschte Richtung. Dabei ist die Attraktivität abhängig von der Ähnlichkeit, Bekanntheit und Sympathie bezüglich des Rezipienten.<sup>73</sup> Nun darf die Attraktivität des Redakteurs bzw. auch des gesamten Mediums für die Leser als hoch angesehen werden. Schließlich wenden sie sich der Fachpresse stark selektiv zu. Dabei nutzen sie gerade die Magazine, die ihnen in der Regel am besten gefallen. Somit sind die Aspekte der Ähnlichkeit und Sympathie gegeben. Auch der Punkt der Bekanntheit ist durch die teils hohen Auflagenzahlen erfüllt. Daneben wirken sich auch die Vertrauenswürdigkeit und die dem Kommunikator zugeschriebene Kompetenz auf die Einstellung des Rezipienten aus. Aufgrund der Tatsache, dass viele Leser einem Magazin jahrelang „treu bleiben“ und auch auf die Spielbewertung vertrauen<sup>74</sup>, sind auch diese Faktoren als gegeben anzusehen. Damit hat die Videospiefachpresse die Möglichkeit eine vorhandene Einstellung eines Lesers gegenüber einem Spiel zu verändern oder zu verstärken.

### 3.3 Wortbedeutung und Emotion

Man sieht, es gibt eine große Anzahl konkurrierender und intervenierender Faktoren, die die letztendliche Wirkung eines Textes auf den Leser bestimmen. Dabei wurde ein Aspekt bisher außen vor gelassen: die individuelle Bedeutung und Wahrnehmung der Texte für den einzelnen Leser. Dabei hängt die Textwirkung zum großen Teil von den darin getätigten Meta-Aussagen und deren Bedeutungsbeimessung durch den Rezipienten ab.<sup>75</sup> Jeder Leser kann also einzelnen Wörtern und damit dem gesamten Text eine andere Bedeutung beimessen. Das Beimessen von Bedeutung geschieht durch das bei jedem Menschen unterschiedlich komplexe Realitätsmodell. Es kann als „interne Repräsentation der ‚Wirklichkeit‘“<sup>76</sup> angesehen werden, worin Informationen nach bestimmten Regeln und Schemata zugeordnet werden. Diese „kognitiven Strukturen“ beruhen wiederum auf gemachten Erfahrungen.<sup>77</sup> Je nach Realitätsmodell und zugewiesener Bedeutung können Wörter also unterschiedliche Inhalte und auch Gefühlswerte annehmen.<sup>78</sup>

Es liegt demnach nicht nur eine „oberflächliche“ Bedeutungsstruktur bei der Betrachtung einzelner Vokabeln vor, sondern gleichsam eine tiefer gehende Ebene. Diese beiden Dimensionen können als „denotative und konnotativ/affektive Wortbedeutungen“ definiert werden. Während man die Denotation sozusagen als „Erstbedeutung“ bzw. „objektive Bedeutung“ bezeichnen kann, die dem Rezipienten beim Lesen in den Sinn kommt, so bezeichnet die Konnotation eher eine Reihe von Nebenbedeutungen und emotionalen Assoziationen, die der Leser dem Wort zuweist.<sup>79</sup> Eine weitere „Doppelstruktur“ erkennt auch Hermanns. Bestimmte Begriffe seien

<sup>73</sup> Vgl. Haselböck, Hans-Joachim: 6.1.2 Attraktivität des Kommunikators. S. 115f. und Praxamer, Sandra: 3.4 Effekte der physischen Attraktivität auf Einstellungen der Rezipienten. S. 33f.

<sup>74</sup> Werden Spiele auf einer Skala von 0-100 Prozent schlechter als 70% bewertet, bedeutet dies in der Regel ein „wirtschaftliches Todesurteil“. Dies legt eine den Redakteuren hohe zugeschriebene Kompetenz im Umgang und der Bewertung von Spielen nahe. Vgl. Lober, Andreas nach Urban, Sandra: 1. Einleitung. S. 3. <http://www.content.grin.com/data/20/65180.pdf> [Stand: 07. Mai 2007, 10:17; Link defekt!].

<sup>75</sup> Vgl. Giegler, Helmut/Merten, Klaus/Uhr, Friederike: 1.22 Kritik des klassischen Wirkungsmodells. S. 27.

<sup>76</sup> Vgl. Früh, Werner: 1. Das subjektive Realitätsmodell. S. 85.

<sup>77</sup> Vgl. Früh, Werner: C. Theoretischer Ansatz. S. 80.

<sup>78</sup> Vgl. Erdmann, Karl Otto: 4. Nebensinn und Gefühlswert der Wörter. S. 107.

<sup>79</sup> Vgl. Eco, Umberto: 3.11. Denotation und Konnotation – Metasprache. S. 99-102. und Debus, Günter: 4.1.6 Konnotative Bedeutungsaspekte. S. 118.

*„(...) nicht nur deskriptiv, sondern ebenso auch präskriptiv [und bedeuten] daher nicht allein ein Sein, sondern auch ein Sollen (...) und [sind] deshalb auch geeignet, ein Wollen anzuzeigen.“<sup>80</sup>*

Um diese verschiedenen Bedeutungsebenen zu verdeutlichen sei an dieser Stelle ein Begriff aus einem Artikel über ein „Killerspiel“ exemplarisch genannt. So wird im Bericht über das GameCube-Spiel „Killer 7“ das Wort „Gore-Festival“<sup>81</sup> gebraucht. Denotativ-deskriptiv beschreibt der Begriff die detailgetreue Darstellung der Ergebnisse brutaler bzw. tödlicher Gewaltanwendung in einer großen Anzahl. Die Entwickler konzentrieren sich also auf eine detaillierte und oftmals wiederkehrende Präsentation von Gewaltszenen, die das Erschießen, Zerstückeln, Erstechen etc. virtueller Gegner umfasst. Allein diese doch objektive Vorstellung im Kopf des Lesers, dürfte in der Regel zu weiteren Assoziationen führen. So impliziert der Begriff bzw. seine denotative Bedeutung gleichzeitig das aktive Töten durch den Spieler. Er soll und muss seine virtuellen Feinde möglichst grausam erledigen. Diese Tatsache könnte wiederum weitere emotive Wortbedeutungen auslösen. Gerade wenn Artikel gewisse Vorstellungen, Assoziationen oder bestimmte Gefühle beim Leser hervorrufen, kann von einer hohen Wirkung – egal in welcher Richtung, in unserem Fall dem Kauf oder Nicht-Kauf eines Spiels – ausgegangen werden.<sup>82</sup> Nun kommt es zusätzlich auf die Spielpräferenzen und persönlichen Einstellungen sowie die exakte Beschreibung der Szenerie (z.B. Täter- vs. Opferperspektive) an, ob diese zusätzlichen Konnotationen letztendlich zu einer positiven Einschätzung des Spiels und damit zu einer eventuellen Kauf- oder Spielentscheidung seitens des Lesers führen.

Werner Früh bezeichnet die denotativen oder auch kognitiven Bedeutungen schlicht als das Verstehen des Wortes, während er die konnotativen Bedeutungen als Anmutung beschreibt.<sup>83</sup> Demnach folgt dem objektiven Verständnis eines Wortes die Zuweisung emotionaler Bedeutungen durch den Leser – jedoch stets abhängig vom individuell ausgeprägten Realitätsmodell. Diese Zuweisung emotionaler Bedeutungen kann durch den Kommunikator, hier den Redakteur, mitbestimmt werden, indem er bewusst oder unbewusst – je nachdem wie stark er selbst durch das Spiel emotionalisiert ist<sup>84</sup> – für eine Emotionalisierung des Lesers durch die eigene Wortwahl und damit eine entsprechende Wirkung sorgt. Nun stellt sich die Frage, welche Funktion Videospiegelartikel einnehmen. Legt man das Modell von Schmidt zu Grunde, so sind Texte in informierende, aktivierende und klärende Texte einzuteilen.<sup>85</sup> Nun weisen Artikel über „Killerspiele“ gewiss einige Aspekte der informierenden und aktivierenden Sorte auf. Schließlich sollen sie einerseits über den Spielinhalt berichten, also informieren, andererseits muss die Bewertung eines Spieltitels als implizierte Aktivierung bzw. Aufforderung zum Kauf oder Nichtkauf angesehen werden.<sup>86</sup> Dadurch, dass Spiele auf den Rezipienten emotionalen Einfluss haben<sup>87</sup> und dieser wiederum innerhalb der Rezension zum Ausdruck kommt, können Videospiegelartikel durchaus in die Kategorie emotional

<sup>80</sup> **Hermanns, Fritz:** 3. Intention und Präskription. S. 156.

<sup>81</sup> **Maniac 8/2005:** Killer 7. S. 89.

<sup>82</sup> **Vgl. Lobenwein, Hans-Karl:** 2. Vorstellungen, Assoziationen und Gefühle. S. 134.

<sup>83</sup> **Vgl. Früh, Werner:** IV. Hypothesen über Textwirkungen. S. 93.

<sup>84</sup> Eine starke Emotionalisierung beeinflusst belegbar die Artikulation bzw. hat Einfluss auf die Wortwahl und den sprachlichen Fokus (rationale versus emotional). **Vgl. Winko, Simone:** 3.4.1 Psycholinguistische Forschungen. S. 90.

<sup>85</sup> **Vgl. Schmidt, Wilhelm nach Büscher, Hartmut:** 1.1.2.2 Textfunktion, „Wirkungspotential“ und die Schlagzeile als Handlung. S. 23.

<sup>86</sup> Videospiegelartikel sind in die journalistische Kategorie der „Informationstexte“ und darunter in die Subkategorie der „meinungsbetonten“ bzw. „auffordernden“ Texte einzuordnen. Dominierend und kennzeichnend dafür ist die „Appellfunktion“. **Vgl. Hackl-Rößler, Sabine:** 3.2 Informationstexte. S. 33.

<sup>87</sup> **Vgl. Esser, Heike/Witting, Tanja (2003b):** 3.3 Emotionaler Transfer. S. 35ff.

bewegender Texte eingeordnet werden. Diesen geht es um ein „[...]bewusstes Einwirken des Produzenten auf den Rezipienten (...)“. <sup>88</sup> Denn (in Worte verpackte) Emotionen sollen zu einer gewünschten Reaktion führen. <sup>89</sup> Nach dem Bühler'schen Organon-Modell besitzen „Gefühlswörter“ immer auch eine Appellfunktion, welche beim Empfänger unter anderem auch eine Aktivierung, sprich Beeinflussung, auslösen soll. <sup>90</sup> Die Wirkung auf den Leser kann sich jedoch nur entfalten, wenn dieser über dieselben „Konnotationsrepertoires“ <sup>91</sup> verfügt wie der Kommunikator und auch die Fähigkeit hat, die über die denotative Bedeutung hinausgehende Information eines emotiven Ausdrucks zu decodieren. <sup>92</sup>

Texte bzw. Wörter besitzen also mehrere Bedeutungsdimensionen, die jeweils von der Absicht des Kommunikators als auch von den individuellen Kenntnissen der Leser abhängen. Dementsprechend ist auch die Wirkung und damit die Spiel- bzw. Kaufentscheidung zugunsten oder zuungunsten eines Spiels individuell verschieden.

#### **4. Die Videospiefachpresse in Deutschland**

Nachdem nun über die Wirkung von Videospielen und Texten und die die Wirkung determinierenden Faktoren gesprochen wurde, widmet sich dieses Kapitel dem eigentlichen Forschungsgegenstand: der Videospiefachpresse. Weil das Augenmerk der Arbeit nicht auf den Artikeln zu gewalthaltigen Computerspielen, sondern Videospielen liegt, werden die dazugehörigen und mannigfaltigen Fachpublikationen im Folgenden nicht berücksichtigt. Da jedoch viele Spiele sowohl für Konsolen als auch für den Computer veröffentlicht werden, ist der Inhalt der PC-Spielmagazine ohnehin oftmals zu großen Teilen identisch.

##### **4.1 Magazinarten und Auflagenstärke**

Hinsichtlich der Videospiefachzeitschriften kann grob zwischen den „Single-Format“-Magazinen <sup>93</sup> und den „Multi-Format“-Magazinen <sup>94</sup> unterschieden werden. Während sich erstere ausschließlich mit einer Konsole beschäftigen, widmen sich letztere allen gängigen Konsolen. Mittlerweile ist es üblich auch die tragbaren Konsolen (z.B. Nintendo DS oder PlayStation Portable) mit in die Berichterstattung einzubeziehen, sodass obige Begriffe bereits als veraltet angesehen werden können, da Hefte, die nur über eine Plattform berichten, quasi nicht (mehr) existent sind.

Obwohl durch die öffentliche Diskussion über Computer- und Videospiele oftmals der Eindruck entsteht, es handle sich dabei immer noch um eine Randerscheinung innerhalb des deutschen Freizeitverhaltens, sprechen die Abverkäufe der Konsolen und die Auflagenzahlen der Fachpresse eine andere Sprache. Allein von den aktuellen stationären Konsolen Nintendo Wii, Sony PlayStation 3 und Microsoft Xbox 360 sind in Deutschland zusammen 555.500 Stück abgesetzt worden. <sup>95</sup> Dabei sind diese neuen Spielkonsolen erst seit wenigen Monaten verfügbar. Für 2007 rechnet der Branchenverband Bitkom mit 3,7 Millionen verkauften

<sup>88</sup> Schmidt, Wilhelm nach Büscher, Hartmut: a.a.O.

<sup>89</sup> Vgl. Kövecses, Zoltán: 5. The Force of Emotion. S. 64.

<sup>90</sup> Vgl. Bühler, Karl nach Debus, Günter: 3.2 Gefühlswörter als Forschungsgegenstand. S. 104. und Grabowski, Joachim: 4.1 Zur propositionalen Darstellung der Textbedeutung. S. 79.

<sup>91</sup> Winko, Simone: a.a.O. S. 99.

<sup>92</sup> Vgl. *ibidem*.

<sup>93</sup> siehe Zeitschrift „N-Zone“ des Computec Verlags, welche sich ausschließlich Nintendo-Plattformen zuwendet oder „Play<sup>3</sup>“ des CyPress Verlags, die nur über Sonys PlayStation 3 berichtet.

<sup>94</sup> Siehe „MAN!AC“ (Cybermedia Verlag) oder „GamePro“ (IDG Entertainment), die sich allen Heimkonsolen und portablen Konsolen inklusive Handy oder weniger bekannten Spielplattformen wie dem NeoGeo oder der Arcade widmen.

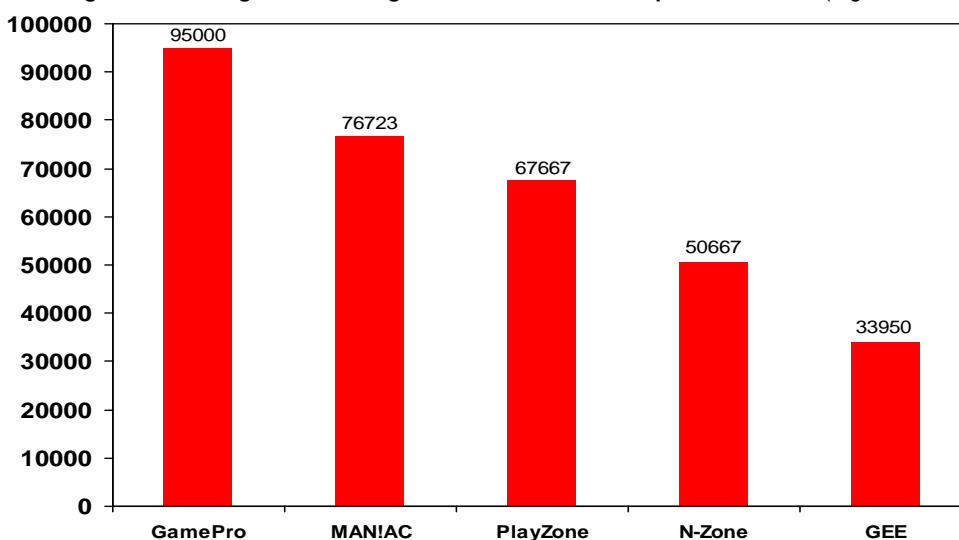
<sup>95</sup> Vgl. Heise Online: Bericht: Nintendo verkauft 222.000 Wii-Konsolen in Deutschland. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/89889> [Stand: 27. Juni 2007, 15:27].



Konsolen.<sup>96</sup> Bereits die Vorgängergenerationen, Nintendo GameCube, Microsoft Xbox und Sony PlayStation 2, sind in Deutschland insgesamt wohl deutlich mehr als fünf Millionen Mal vertreten.<sup>97</sup> Diese Schätzung ist allerdings mit Vorsicht zu genießen und gibt nur einen groben Richtwert an. An exakte Zahlen zur installierten Hardware-Basis zu gelangen, ist schwierig, veröffentlichen die Hersteller selbst meist nur Zahlen für Japan, die USA und Europa – ohne dabei speziell auf die Verkaufszahlen in Deutschland einzugehen. Auch die tragbaren Konsolen, die so genannten „Handhelds“, erfreuen sich in Deutschland großer Beliebtheit. Bisher verkaufte sich der Nintendo DS in ganz Europa mehr als zwölf Millionen<sup>98</sup>, Sonys PlayStation Portable rund zweieinhalb Millionen mal<sup>99</sup>. Da „(...) Deutschland nach Großbritannien der zweit-wichtigste Spiele-Markt in Europa“<sup>100</sup> ist, kann man davon ausgehen, dass ein Großteil der Einheiten hierzulande verkauft wurden.

Die aufgeführten Zahlen machen deutlich, dass es in Deutschland Millionen von Spielern gibt. Eine sich dadurch entwickelnde vielfältige Fachpressenlandschaft ist letztendlich ein logischer Schritt. Wobei die Auflagengrößen bekannter Fachmagazine nicht mit den Konsolenabverkäufen mithalten können.

Abbildung 2: Druckauflagenzahlen der größten deutschen Videospielezeitschriften (Eigene Darstellung)



Zwar ist die Publikation „Computer Bild Spiele“ des Axel Springer Verlags keine reine Videospiefachzeitschrift, dennoch sollte sie als auflagenstärkste Publikation, die sich mit allen gängigen Konsolen und auch PC-Spielen beschäftigt, nicht außen vor gelassen werden. Mit einer Druckauflage von 774.334 Exemplaren<sup>101</sup> lässt das vom Axel Springer Verlag veröffentlichte Blatt die Konkurrenz in *Abbildung 2* weit hinter sich.

<sup>96</sup> Vgl. Bundesverband Informationswirtschaft Telekommunikation und neue Medien (Bitkom): Markt für Spielekonsolen wächst um 73 Prozent. [http://www.bitkom.org/47414\\_47409.aspx](http://www.bitkom.org/47414_47409.aspx) [Stand: 02. August 2007, 11:51].

<sup>97</sup> Vgl. playstation portable.de: Endlich: Hardwareverkaufszahlen aus Deutschland. <http://www.playstationportable.de/index.php?d=1138757316> [Stand: 03. Juli 2007, 14:43].

<sup>98</sup> Vgl. Gamepro.de: Nintendo DS. Am schnellsten verkaufte Konsole Europas. [http://www.gamepro.de/news/vermischtes/nintendo\\_ds/1301237/nintendo\\_ds.html](http://www.gamepro.de/news/vermischtes/nintendo_ds/1301237/nintendo_ds.html) [Stand: 03. Juli 2007, 14:50].

<sup>99</sup> Vgl. Gamezone.de: Sony PSP. Verkaufszahlen veröffentlicht. [http://www.gamezone.de/news\\_detail.asp?nid=36342](http://www.gamezone.de/news_detail.asp?nid=36342) [Stand: 03. Juli 2007, 14:59].

<sup>100</sup> Spielraum – Institut zur Förderung von Medienkompetenz: Wirtschaftsgut. <http://www1.fh-koeln.de/spielraum/level2/wirtschaftsgut/> [Stand: 03. Juli 2007, 16:25].

<sup>101</sup> Vgl. Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW): Computer Bild Spiele. [http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=3827&p=\\$1\\$cklHKfO.\\$ZJPFiQ5QZ1WQ1jJZrsnW91&detail=true](http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=3827&p=$1$cklHKfO.$ZJPFiQ5QZ1WQ1jJZrsnW91&detail=true)



Nun kann sicherlich nicht davon ausgegangen werden, dass eine Summierung der Auflagenzahl die Anzahl der deutschen Leser ergibt. Zum einen ist die Höhe der tatsächlich verkauften Hefte meist niedriger als die Auflage<sup>102</sup>, gleichzeitig wird jedoch ein Heft in der Regel nicht von einer Person allein gelesen, zum anderen ist es vor allem bei „Hardcore-Spielern“ üblich mehrere Magazine zu rezipieren<sup>103</sup> und darüber hinaus das Internet als Informationsquelle heranzuziehen. So nutzen rund 90 Prozent aller Spieler, die sich intensiv mit Videospielen auseinandersetzen Spielzeitschriften oder entsprechende Internetseiten.<sup>104</sup> Gerade hier offenbart sich jedoch ein Problem: Schließlich besitzen alle Videospieldzeitschriften auch eigene Internetpräsenzen, die im Gegensatz zu ihren Print-Pendants zum großen Teil kostenlos (einige Magazine verlangen für spezielle Inhalte jedoch eine Gebühr) sind. In Zeiten von DSL und Flatrates dürfte die Leserschaft der Videospiefachpresse – rechnet man die Internet-User hinzu – demnach wohl weitaus höher ausfallen als es die Auflagenzahlen allein vermuten lassen. Ein Blick auf die „page impressions“<sup>105</sup> des Magazins „GamePro“ zeigt mit 3.330.966 „Klicks“ im Juni 2007<sup>106</sup>, welch enorme Reichweite Fachpublikationen durch ihren Onlineauftritt erzielen. Selbst wenn man nur die einzelnen Besucher der Website, also die „unique visitors“ zählt, ohne dabei die Anzahl der „Klicks“ in diesem Zeitraum hinzuzurechnen, ergibt sich für das Magazin „GamePro“ immer noch eine Besucherzahl von rund 240.000.<sup>107</sup>

## 4.2 Nutzer und Nutzungsmotivationen

An all diesen Zahlen kann man erkennen, dass das Hobby Videospiele und die dazugehörigen Publikumszeitschriften längst kein Nischendasein mehr fristen, sondern mittlerweile einen festen Platz innerhalb der Mediennutzung von Spielern einnehmen.

### 4.2.1 Wer Videospieldzeitschriften nutzt

Dies bestätigen auch die Untersuchungen der JIM-Studie. 52 Prozent der befragten männlichen Jugendlichen im Alter zwischen zwölf und 19 Jahren gaben an sich für Computerspiele zu interessieren. Davon informieren sich wiederum 51 Prozent mittels Internet und 30 Prozent durch entsprechende Fachzeitschriften über aktuelle Spiele und Neuigkeiten. Auch Mädchen, die sich für Computer- bzw. Videospiele begeistern, nutzen in der Mehrheit das Internet als Informationsmedium (46 Prozent), danach folgen, wie bei den Jungen, die Fachpublikationen (33 Prozent).<sup>108</sup> Wir sehen hier einerseits ein starkes

---

[Stand: 27. Juni 2007, 14:41]. Mit Ausnahme der Zeitschrift „MAN!AC“ datieren alle Auflagenzahlen aus den Erhebungen der IVW vom ersten Quartal 2007. Die letzte von der IVW gemessene Druckauflage der „MAN!AC“ stammt vom April 2005.

<sup>102</sup> „Compuer Bild Spiele“ verkaufte sich im ersten Quartal 2007 z.B. nur 414 319, die „GamePro“ 50 676 Mal.

**Vgl. ibidem.**

<sup>103</sup> **Vgl. CyPress GmbH:** Regelmäßige Nutzung anderer Videospiele- oder PC-Magazine. S. 4. [www.vogel.de/mediadaten/home\\_entertainment/Mediadaten\\_VGA.pdf](http://www.vogel.de/mediadaten/home_entertainment/Mediadaten_VGA.pdf) [Stand: 09. Juli 2007, 14:03].

<sup>104</sup> **Vgl. Ladas, Manuel (2002):** Abbildung 9: Lesen von Spielezeitschriften oder spielbezogenen Internetseiten. S. 228.

<sup>105</sup> „page impressions“ „(...) bezeichnen die Anzahl von Abrufen einer Website durch einen Benutzer.“ **Suchtreffer-Redaktion:** Glossar. Page Impressions. [http://www.suchtreffer.de/glossar\\_p.html](http://www.suchtreffer.de/glossar_p.html) [Stand: 09. Juli 2007, 11:53].

<sup>106</sup> **Vgl. Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW):** IVW Online Nutzungsdaten. GamePro. <http://www.ivwonline.de/ausweisung2/search/angebot.php> [Stand: 09. Juli 2007, 11:59].

<sup>107</sup> **Vgl. IDG Entertainment Verlag:** 2. Auflage und Reichweite. S. 3. [www.gamepro.de/filesserver/idgwpgp/files/372.pdf](http://www.gamepro.de/filesserver/idgwpgp/files/372.pdf) [Stand: 09. Juli 2007, 14:33]

<sup>108</sup> **Vgl. Feierabend, Sabine/Rathgeb, Thomas:** Themeninteressen und wichtige Informationsmedien Jugendlicher 2004. S. 324. [www.ard-werbung.net/showfile.phtml/07-2005\\_feierabend.pdf?foid=15022](http://www.ard-werbung.net/showfile.phtml/07-2005_feierabend.pdf?foid=15022) [27. Juni

Informationsbedürfnis seitens der Spieler, andererseits auch den erheblichen Stellenwert der Fachpresse. Immerhin greift circa ein Drittel der relevanten Zielgruppe<sup>109</sup> auf Printerzeugnisse als Informationsmedium zurück.

Groben Schätzungen zufolge liegt die Spieleranzahl in Deutschland bei rund elf Millionen, wobei davon „(...) ca. 11% als enthusiastisch bezeichnet werden [können].“<sup>110</sup> Dieses Spielermilieu ist die Kernzielgruppe der meisten Videospielmagazine. Dazu zählen hierzulande etwa 480.000 Video- und 620.000 PC-Spieler.<sup>111</sup> Rund 70 Prozent der Leser lassen sich der Altersgruppe zwischen 14 bis 29 Jahren zuordnen, wobei bei allen wichtigen Fachblättern der Anteil der Männer bei über 90 Prozent an der Gesamtleserschaft liegt.<sup>112</sup> Ebenso ist der Leserschaft eine hohe Affinität hinsichtlich neuer technischer Errungenschaften wie digitales Fernsehen bzw. technischer Produkte im Allgemeinen (z.B. Heimkino-Anlagen) gemein.<sup>113</sup> Diese Offenheit und Bereitschaft sich aktiv mit neuen Medien und Gerätschaften auseinanderzusetzen und sich darüber zusätzlich in der entsprechenden Fachpresse zu informieren, führt in Konsequenz zu einer „opinion leader“-Rolle der Videospielzeitschriften-Leser im eigenen Freundeskreis. Das Magazin „GamePro“ gibt an, 70 Prozent ihrer Leser seien zu den so genannten *Experten/Ratgebern*, 58 Prozent zu den *weitsichtigen Trendsettern* und immerhin noch 37 Prozent zu *aktiven Meinungsführern* zu zählen.<sup>114</sup> Zusammenfassend lässt sich sagen, dass mehrheitlich junge, Technik begeisterte Männer, denen durch ihr soziales Umfeld eine hohe Kompetenz bezüglich ihres Hobbys bescheinigt wird, die Leserschaft der Videospiefachzeitschriften ausmachen.

#### 4.2.2 Warum Videospielzeitschriften gelesen werden

Die Lesermotivation zur Nutzung der Videospiel-Publikationen hängt von zahlreichen Faktoren ab. So können kulturelle Bedingungen und individuelle Veranlagungen zu einer Aktivierung der Rezeptionsmotivation beitragen. Darunter fallen z.B. bereits im Vorfeld gemachte Erfahrungen im Umgang mit einer bestimmten Thematik, die schließlich dazu führen, sich eingehender mit ihr beschäftigen zu wollen. Daneben spielen auch bestimmte Erwartungen an den Text eine Rolle.<sup>115</sup> „So wird jemand, der sich für das Schachspiel interessiert, eher ein Schachbuch lesen als jemand, der davon nichts versteht.“<sup>116</sup> Dies scheint analog auch auf die hier untersuchten Nutzer übertragbar zu sein. Suchen doch nach

---

2007, 15:06] und Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: Themenkompetenz verschiedener Medien. S. 23. [www.mpfs.de/fileadmin/Studien/JIM2005.pdf](http://www.mpfs.de/fileadmin/Studien/JIM2005.pdf) [Stand: 09. Juli 2007, 12:50].

<sup>109</sup> „relevant“ deshalb, weil der größte Umsatz im Segment der Videospiele mit Titeln generiert wird, die maximal eine „ab 16“-Altersbeschränkung aufweisen (92 Prozent im Jahr 2003). Vgl. Verband der Unterhaltungssoftware Deutschland: Umsatzanteile nach Altersfreigabe. S. 46. [www.schnittpunkt-ev.de/download/Tagungen/VUD\\_Jahresbericht\\_2004.pdf](http://www.schnittpunkt-ev.de/download/Tagungen/VUD_Jahresbericht_2004.pdf) [Stand: 09. Juli 2007, 13:10].

<sup>110</sup> Schaumann, Malte: Equity-Story. S. 5. [www.computec.de/berichte/Computec.pdf](http://www.computec.de/berichte/Computec.pdf) [06. Mai 2007, 19:42].

<sup>111</sup> Vgl. *ibidem*. Nach Angaben der OECD gibt es ca. 15 Millionen dieser auch als „intensive users“ bezeichneten Gruppe. Sie sind für gewöhnlich männlich, zwischen 15 und 28 Jahre alt und zählen zu den „early adopters“, was neue Medien bzw. Technologien angeht. Vgl. Organisation für Economic Co-Operation and Development: Demographic factors. S. 36. <http://www.oecd.org/dataoecd/42/12/35393145.pdf> [Stand: 17. März 2006, 12:34].

<sup>112</sup> Vgl. dazu IDG Entertainment Verlag: 1. Zielgruppe. S. 2., CyPress: Leserstruktur. S. 6, Computec Media (2006) : Magazin. Leser. Infos. S. 2. [www.computec.de/common/mediadaten/NZ\\_0607\\_screen.pdf](http://www.computec.de/common/mediadaten/NZ_0607_screen.pdf) [Stand: 09. Juli 2007, 14:38] und Cybermedia Verlagsgesellschaft: Videogames. S. 12. [www.audiovision.de/home/mediadaten.pdf](http://www.audiovision.de/home/mediadaten.pdf) [Stand: 09. Juli 2007, 14:45].

<sup>113</sup> Vgl. IDG Entertainment Verlag: a.a.O., CyPress: a.a.O. und Cybermedia Verlagsgesellschaft: a.a.O.

<sup>114</sup> Vgl. IDG Entertainment Verlag: a.a.O. Doppelnennungen waren möglich, weshalb es auch zu mehr als 100 Prozent bei der Addition kommt. Die Gruppen schließen sich demnach nicht aus.

<sup>115</sup> Vgl. Andringa, Els: a.a.O. S. 22f.

<sup>116</sup> *ibidem*.

Angaben des PC- und Videospiegelmagazins „Games aktuell“ 67,2 Prozent ihrer Leser nach allgemeinen Videospiegel relevanten Informationen und 53,1 Prozent nach Informationen zu neuen Produkten. Daran erkennt man zum einen die bereits vorhandene Kenntnis über die eigene Freizeitbeschäftigung (eine aktive Suche nach neuen Spielen ist nur mit einem gewissen Maß an Vorkenntnis möglich, um zu befriedigenden Ergebnissen zu gelangen), zum anderen das Bedürfnis sich umfassend über das Thema Videospiele zu informieren, was die Suche nach allgemeinen Neuigkeiten bestätigt.

Ein weiteres Motiv ergibt sich aus der eigenen Trendsetter- bzw. Meinungsführerrolle. Um diese Insider-Position behaupten zu können, sind diese Leser darauf angewiesen stets auf dem aktuellsten Stand zu sein. Dabei billigen sie den Zeitschriften selbst eine „opinion leader“-Funktion zu, womit wiederum das dann erworbene Wissen im Bekanntenkreis legitimiert wird. Der IDG Entertainment Verlag beschreibt dies für seine Videospiegel-Publikation folgendermaßen:

*„GamePro ist das unabhängige, kritische Test-Magazin [...] und bietet verlässliche Kaufberatung. [Es] vermittelt einen umfassenden Marktüberblick und Kompetenz für [das] Hobby.“<sup>117</sup>*

Demzufolge billigt sich das Magazin ausreichend Fachkenntnis zu, um den Leser mit allen für ihn nötigen Informationen zu versorgen und zu bestimmen, welches Spiel als gut bzw. schlecht anzusehen ist. Damit sieht es sich selbst als Ratgeber und Meinungsführer, weshalb die Rezipienten ihre Kaufentscheidungen auch von der jeweiligen Berichterstattung abhängig machen.<sup>118</sup>

## **II. Empirischer Teil**

Der empirische Teil der Arbeit beschäftigt sich mit den Ergebnissen der beiden angewandten Methoden der Inhaltsanalyse und der schriftlichen Befragung. Zuvor verschaffen Methodenwahlbegründung, Darlegung des Pretests, der Feldphase und mögliche Störvariablen ein besseres Verständnis der jeweiligen Methodik, deren Anwendung und der Resultate. Zu Beginn steht jedoch die Darstellung der Forschungsannahmen.

### **1. Die Annahmen**

Eine empirische Untersuchung zu unternehmen ohne sich im Vorfeld über die zu erforschenden Fragestellungen Gedanken zu machen, ist wenig sinnvoll. Deshalb werden im Folgenden die Annahmen dargestellt, die sich aus den Darlegungen des theoretischen Teils sowie eigenen Überlegungen ergeben und unter deren Gesichtspunkten die ermittelten Daten ausgewertet werden.

Zu Beginn wurde bereits auf die wohl unvermeidliche Übertragung von thematisierten Inhalten auf den Text und dessen Schriftsprache selbst hingewiesen. Bei journalistischen Erzeugnissen handelt es sich nämlich um eine „Abbildung von Wirklichkeit“<sup>119</sup>. Die in „Killerspielen“ vorhandene Gewalt spiegelt sich demnach auch im dazugehörigen Artikel wider. *Annahme I* lautet also:

A<sub>1</sub>: Wenn Videospiegel-Redakteure Artikel über „Killerspiele“ schreiben, dann erzeugen sie in ihren Texten ebenfalls einen gewalthaltigen Inhalt.

<sup>117</sup> IDG Entertainment Verlag: 4. Redaktionelles Profil. S. 5.

<sup>118</sup> Vgl. CyPress: a.a.O. S. 5.

<sup>119</sup> Linden, Peter: a. a. O.

*Annahme 2* entspricht der Tatsache, dass bei einem Großteil der „Killerspiele“ die Perspektive des Täters eingenommen wird. So schlüpft der Spieler in die Rolle eines Alter Egos, dessen Aufgaben darin besteht seine Gegner mittels Waffeneinsatz zu besiegen.<sup>120</sup> Nur selten ist man gezwungen als hilfloses Opfer zu agieren.<sup>121</sup> Dieser Spielansatz würde ein subtileres, tiefgründigeres Gameplay erfordern, als es die grundsätzlich simplen Reiz-Reaktions-Mechanismen der meisten Gewaltspiele verlangen. Die Täterperspektive eignet sich daher sowohl im Spiel als auch im Text sehr gut, um Aggressionen und Gewalt zu vermitteln.<sup>122</sup> Erlebt der Leser die Spielaction nun als aktiv handelnder oder den Spielumständen ausgelieferter Charakter?

A<sub>2</sub>: Wenn Videospiegel-Redakteure Artikel über „Killerspiele“ schreiben, dann beschreiben sie gewalthaltige Szenen aus der Sicht des Gewalt ausübenden Täters anstelle einer möglichen Opferperspektive.

Zwar könnte man davon ausgehen, dass Videospiegelartikel an sich eine an Fakten orientierte Beschreibung und damit objektive Kaufberatung bieten – schließlich vergeben sie am Ende auch eine finale Bewertung, was das Vorhandensein von objektiven Bewertungsmaßstäben und -kriterien impliziert –, doch scheint dies aus mehreren Gründen nicht der Fall zu sein. Denn „[s]o sehr sich der Autor der Wirklichkeit verpflichtet fühlen mag, immer wird die Aufbereitung der Fakten subjektiver Natur sein.“<sup>123</sup> Außerdem sind in jedem Artikel ein oder zwei „Meinungskästen“ integriert, in denen nochmals explizit die persönliche Meinung eines Redakteurs zum getesteten Spiel zu lesen ist. Damit gehören sie nach Lüger zu den so genannten „*Meinungstexten*“<sup>124</sup>, die eine Beeinflussung der Lesermeinung bezüglich deren Meinung und Verhalten bezwecken. Nicht zuletzt „leben“ die Texte in Videospiefachzeitschriften von der Beschreibung der Spielatmosphäre. Damit gelingt es, das ursprüngliche Lesebedürfnis durch den Aufbau von Spannung und dem Erzeugen emotionaler Stimmung in eine andere, neue Motivation überzuführen, die zum Weiterlesen anregt<sup>125</sup>, was vor allem angesichts des jungen Publikums nachvollziehbar erscheint. Folglich lautet *Annahme 3*:

A<sub>3</sub>: Wenn Videospiegel-Redakteure Artikel über „Killerspiele“ schreiben, dann erfolgt die Berichterstattung bezüglich der violenten Spielelemente in nicht distanzierter, unkritischer und somit subjektiver Form.

Die *vierte Annahme* kann nicht ohne Blick auf intervenierende individuelle bzw. soziale Variablen wie die jeweilige Veranlagung, Videospieelerfahrung, Häufigkeit der Nutzung von Videospielmagazinen, persönlichen Genrepräferenzen, dem Freundeskreis etc. betrachtet werden. So wird beispielsweise allgemein vermutet, dass Texte, die eine positiv-affektive

<sup>120</sup> Vgl. Neitzel, Britta: 7.3 Gruppierung der Videospiele nach Handlung und Perspektive. S. 208. [http://deposit.ddb.de/cgi-bin/dokserv?idn=970619278&dok\\_var=d1&dok\\_ext=pdf&filename=970619278.pdf](http://deposit.ddb.de/cgi-bin/dokserv?idn=970619278&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=970619278.pdf) [Stand: 07. Mai 2007, 10:47].

<sup>121</sup> Ein erfolgreiches Beispiel für subtilen Horror bzw. subtile Gewalt bietet die „Silent Hill“-Serie von Konami, in denen sich die Spielfigur zwar mit einigen Waffen zur Wehr setzt, jedoch die Absicht der Entwickler besteht, den Spieler das beängstigende Gefühl eines hilflosen Opfers zu geben, das jederzeit angegriffen werden kann.

<sup>122</sup> Vgl. Ladas, Manuel (2002): 4.5.2 Exkurs: Gewalt im Film und Folgerungen für das Computerspiel. S. 141f.

<sup>123</sup> *ibidem*.

<sup>124</sup> Lüger, Hans-Helmut nach Hackl-Röbler, Sabine: a. a. O.

<sup>125</sup> Vgl. Andringa, Els: a. a. O. S. 24.

Wirkung erzeugen auch vom Leser positiv bewertet werden.<sup>126</sup> Im Umkehrschluss müsste dies jedoch auch bedeuten, dass Leser mit Prädispositionen bezüglich violenter Spiele eben gerade auch gewalthaltige Artikel trotz deren negativ affektiver Wirkung als positiv beurteilen.

A<sub>4</sub>: Wenn Artikel einen gewalthaltigen Inhalt aufweisen, dann motivieren sie eher zum Spielen und/oder Kaufen der beschriebenen Spiele.

*Annahme 5* folgt sich aus der deutlich höheren Gewaltbereitschaft unter Jugendlichen mit geringer Schulbildung.<sup>127</sup> Zudem scheint es auch eine große Anzahl männlicher Jugendlicher unter ihnen zu geben, die gewalthaltige Spiele ohne Jugendfreigabe spielen.<sup>128</sup>

A<sub>5</sub>: Wenn männliche Jugendliche eine Schule, die zu einer geringeren Qualifikation führt, besuchen, dann neigen sie eher zur einer positiven Einschätzung hinsichtlich Artikel mit gewalthaltigem Inhalt.

## ***2. Die Zusatzannahmen***

Neben diesen Hauptannahmen, ergeben sich auf Grundlage des Fragebogens noch einige weitere Nebenvermutungen, die die oben aufgeführten Annahmen einerseits stützen, andererseits um neue Aspekte ergänzen:

ZA<sub>1</sub>: Wenn Jugendliche eher Spiele mit Gewaltanteilen spielen, dann favorisieren sie auch Artikel mit gewalthaltigem Inhalt.

ZA<sub>2</sub>: Wenn Jugendliche über eine hohe Videospieelerfahrung verfügen, dann favorisieren sie eher Artikel mit gewalthaltigem Inhalt.

ZA<sub>3</sub>: Wenn Jugendliche über eine hohe Videospieelerfahrung verfügen, dann nutzen sie eher Videospielmagazine bzw. das Internet zur Informationsgewinnung und Handlungsorientierung gegenüber neuen Spielen.

ZA<sub>4</sub>: Wenn Jugendliche über eine hohe Videospieelerfahrung verfügen, dann übernehmen Videospielmagazine eher eine Meinungsführerrolle hinsichtlich des Kaufs bzw. des Spielens von Videospiele.

## ***3. Die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse***

Der praktische Teil der vorliegenden Arbeit stützt sich auf zwei Methodensäulen – die der Inhaltsanalyse und des Fragebogens.

Bei ersterer handelt es sich um die qualitative Variante, wobei bei der Erhebung nicht nur auf die Bedeutungen der Zählheiten, sondern auch auf deren Häufigkeitsverteilungen geachtet wird. Daneben soll die Art bzw. der Trend der in den Zählheiten getätigten Aussagen

---

<sup>126</sup> Vgl. Früh, Werner: a. a. O. S. 101.

<sup>127</sup> Vgl. Ammann, Lillemore: 5.1.7 Überprüfung der Hypothesen anhand der empirischen Ergebnisse. S. 99. <http://www.dissertationen.unizh.ch/2006/ammann/diss.pdf> [Stand: 31. Juli 2007, 14:52].

<sup>128</sup> So geben in der JIM-Studie 47 Prozent der Hauptschüler an, sie kämen leicht an Spiele, die erst „ab 18“ sind. Dies bedeutet allerdings nicht zwangsläufig, dass diese auch gespielt werden. Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: Computerspiele mit Altersbegrenzung. S. 34.



betrachtet werden, weswegen man durchaus von einer Valenzanalyse<sup>129</sup> bzw. von einer qualitativen Analyse mit quantitativer Auswertung sprechen kann.

### **3.1 Begründung der Methodik**

Bei den zu untersuchenden Einheiten handelt es sich um Artikel zu „Killerspielen“, die in Videospiefachzeitschriften veröffentlicht wurden. Die Texte werden auf etwaige Gewalt beinhaltende Aussagen hin überprüft. Daneben wird die Distanz des Redakteurs zu den gewalthaltigen Aussagen erfasst. Fördert dieser durch seine Wortwahl die vorkommende Gewalt bzw. steht er ihr wenig ablehnend oder gar positiv gegenüber? Diesen Fragen soll nachgegangen werden. Außerdem wird die Perspektive, in die der Autor den Leser versetzt, überprüft. Lässt er diesen bereits beim Lesen in eine Täterrolle oder Opferrolle schlüpfen? Da die empirische Inhaltsanalyse eine „systematische Identifizierung von Aussage-Elementen zum Ziel hat“<sup>130</sup> ist sie sehr geeignet, um die zu untersuchenden Annahmen zu verifizieren oder falsifizieren. Zur systematischen Erfassung dient ein zuvor erstelltes Kategorienschema, zu dem jede Zählseinheit – in diesem Fall ist dies jeder vollständige Satz innerhalb eines Artikels – nach der Analyse ihres Inhalts bzw. der enthaltenen Aussagen in eine passende Kategorie zugeordnet wird (vgl. *Kap. II, 2.3*). Anschließend wird jeder Satz auf dessen Objektivität oder Subjektivität, was der Distanz des Redakteurs entspricht, und der vermittelten Perspektive hin untersucht.

### **3.2 Textdeutung – von Hermeneutik und linguistischer Pragmatik**

Nun ist ersichtlich, dass bei dieser Analyseart nicht (nur) auf bestimmte Wörter und deren Erscheinungshäufigkeit geachtet wird, sondern vielmehr die Bedeutung und der Sinn der einzelnen Sätze von Interesse sind. Genau dies entspricht dem qualitativen Aspekt dieser Inhaltsanalyse.

Dabei wird auf Elemente der Hermeneutik, der „Lehre vom Verstehen“<sup>131</sup> bzw. der linguistischen Pragmatik, „[that ...] is the science of language seen in relation to its users.“<sup>132</sup>, zurückgegriffen. Während hermeneutische Verfahren die Bedeutung, den Sinn von Sätzen bzw. Texten entschlüsseln, interpretieren und diese immer im Kontext, in einem übergeordneten Sinnzusammenhang, betrachtet werden müssen<sup>133</sup>, fokussiert sich die Pragmatik darauf, wie Sprache – und damit Satz und Text – entsteht und wer Sprache auf welche Art und Weise „herstellt“ und auch benutzt<sup>134</sup>. Hier kommt ein wichtiger Aspekt zum Tragen: Sprache und Sprachverstehen sind immer personenabhängig; sowohl in ihrer Entstehung und Nutzung als auch in ihrer Deutung. Damit ist ersichtlich, dass zwischen der Auslegung einzelner Sätze und Texte durch den Leser und der ursprünglich vom Autor interpretierten Bedeutung Unterschiede bestehen können. Denn die Zuweisung von Bedeutungen ist ein rein subjektiver Vorgang<sup>135</sup>, der von zahlreichen persönlichen, kulturellen, sozialen oder auch zeitlichen Variablen abhängt. So kommt es vor allem auf die propositionalen Repräsentationen und die mentalen Modellrepräsentationen des Leser an, wie dieser den Text versteht und interpretiert: Während erstere das Verstehen eines Satzes durch

<sup>129</sup> Vgl. **Kromrey, Helmut**: 7.1.5 Verschiedene inhaltsanalytische Ansätze. S. 333.

<sup>130</sup> **Kromrey, Helmut**: 7.1 Empirische Inhaltsanalyse. S. 312.

<sup>131</sup> **Jung, Matthias**: 1. Einführung: Perspektive des Verstehens. S. 7.

<sup>132</sup> **Mey, Jacob L.**: 1.1 What is pragmatics all about? S. 5.

<sup>133</sup> **Ort, Claus-Michael**: Systemtheorie und Hermeneutik? S. 150., **Kromrey, Helmut**: a. a. O. und **Gemünden, Gerd**: Die Sprach des Subjekts und das Subjekt der Sprache. S. 3.

<sup>134</sup> **Mey, Jacob L.**: Defining Pragmatics. S. 35. und **Debus, Günter**: 3.1 Ziel sprachpsychologischer Untersuchungen. S. 102f.

<sup>135</sup> Vgl. **Schütte, Dagmar**: 5.1 Einführung in die Methode der Inhaltsanalyse. S. 150.

Anwendung grammatikalischer Regeln auf die vorhandenen Symbole ermöglichen, weisen mentale Modelle auf Grundlage der individuellen Wissensstrukturen dem Satz einen bestimmten Sachverhalt zu.<sup>136</sup> Darauf baut auch der Gedanke der freien Assoziation auf. Demnach ist „(...) *im einzelnen Wort schon Grammatik, d.h. Textsemantik und Textsyntax, angelegt* (...).“<sup>137</sup> Denn kein Wort existiert in purer Isolation. Es lebt vielmehr durch einen Sinnzusammenhang mit anderen Wörtern. Jeder Mensch bildet jedoch – je nach lebensweltlicher Erfahrung – unterschiedliche Assoziationen und Konnotationen zu einem bestimmten Wort aus. Absolut definierte Wortbedeutungen, denen jedermann zustimmen kann, gibt es nicht.<sup>138</sup>

Dies wirkt sich auch auf die hier durchgeführte Inhaltsanalyse aus. Schließlich soll diese objektiv, sprich die Zuordnung der Zählheiten zu den zugrunde gelegten Kategorien soll jederzeit überprüfbar sein; jeder Forscher muss anhand der Kodierregeln zum selben Analyseergebnis kommen.<sup>139</sup> Dem muss hier – unter Berufung auf Hermeneutik und Aspekte der Pragmatik – nicht so sein. Es existieren jedoch klare Anweisungen, welche den einzelnen Sätzen feste Kategorien zuweisen und somit zumindest eine intersubjektive Nachvollziehbarkeit gewährleisten. Doch die Auslegung der Distanz des Redakteurs zum gewalthaltigen Satz und die Beschreibung der Satzperspektive können unter Umständen von Kodierer zu Kodierer abweichen.

Die hier angewandte Analyseform ist somit eine Mischung aus qualitativer Inhaltsanalyse, die aus dem Dokument die gesuchten Aspekte anhand eines Kategoriensystems herausfiltert, und (objektiver) Hermeneutik, welche aus dem vorhandenen Material bestimmte Bedeutungsstrukturen erschließen will.<sup>140</sup>

### 3.3 Das Kategorienschema

Die Operationalisierung der *Annahmen 1, 2 und 3* erfolgt durch ein vor der Inhaltsanalyse angefertigtes Kategorienschema. Die Qualität der gewählten Kategorien, welche sich in ihrer exakten Beschreibung mit typischen Beispielen und einer eindeutigen Abgrenzung untereinander äußert, ist für die letztendliche Qualität der Inhaltsanalyse von entscheidender Bedeutung<sup>141</sup>: „*Content analysis stands or falls by its categories.*“<sup>142</sup> Das Schema ist in seiner Untergliederung und den verwendeten Meta-Ebenen auf die Frage- bzw. Problemstellungen der beschriebenen Annahmen abgestimmt.

Wie in *Abbildung 3* ersichtlich (die vollständige Anleitung zur inhaltsanalytischen Kodierung befindet sich im Anhang) basieren die insgesamt zehn Subkategorien auf Faktoren, die allgemein als bestimmend für den Spielspaß angesehen werden. Diese Einteilung soll

<sup>136</sup> Vgl. Christmann, Ursula (1989): 2.7 Mentale Modelle. S. 87ff. und Christmann, Ursula (2004): 3.4 Textebene. S. 428. Blutner et al. ergänzen dies: Man müsse zwischen dem Verstehen der „*linguistic aspects of representing the (formal) meaning of sentences*“ und den „*pragmatic aspects of utterance interpretation*“ unterscheiden. Weiterhin muss beachtet werden, dass gelesene Sätze Bilder im Kopf des Rezipienten auslösen, die etwaige Zusatzinformationen über das Geschriebene hinaus bereithalten können. Somit ist das Lesen und damit auch die Inhaltsanalyse ein subjektiver Akt. Vgl. Blutner et al.: 2 Mental Models and Natural Language Interpretation. S. 98.

<sup>137</sup> Fix, Ulla: 1. Wort – Text – literarischer Text. S. 81.

<sup>138</sup> Vgl. Carter, Ronald: 1.10 Structural semantics: Words and other words. S. 19-23. und Debus, Günter: 4.2.1 Individuelle Bedeutungsstrukturen. S. 120f.

<sup>139</sup> Vgl. Atteslander, Peter: 3.21 Merkmale der systematischen Inhaltsanalyse. S. 69. und Kromrey, Helmut: a. a. O. S. 313f.

<sup>140</sup> Vgl. Mayring, Philipp: 4.3 (14) Qualitative Inhaltsanalyse. S. 91ff /4.3 (15) Objektive Hermeneutik. S. 98ff.

<sup>141</sup> Vgl. Atteslander, Peter: 3.23 Zur Methode der systematischen Inhaltsanalyse. S. 72. und Kromrey, Helmut: 7.1.3 Anforderungen an das Kategoriensystem. S. 326.

<sup>142</sup> Berelson, Bernard nach Schulz, Winfried: Kategorien. S. 53.



ermitteln, welche im Artikel beschriebenen Spielspaßaspekte die meisten gewalthaltigen Inhalte aufweisen.

Wie bereits angesprochen, werden als Einheiten ganze Sätze, die aus mindestens einem Subjekt, Prädikat und Objekt bestehen, zur Analyse herangezogen.

Abbildung 3: Das Kategorienschema der Inhaltsanalyse

	Ebene des Gewaltinhalts	Meta-Ebene I	Meta-Ebene II
Grafik	Sätze mit violentem Inhalt	Gewalthaltige Bedeutung mit Täter- bzw. Opferperspektive	Distanz der Redakteure
Sound			
Bedienung/Gameplay			
Multiplayer/Soziale Interaktion			
Story/Atmosphäre			
Gewalt/Destruktion/Waffen			
Spieldauer			
Level-/Modianzahl			
Gegner-KI			
Schwierigkeit			

Nachdem der im Satz enthaltene Sachverhalt erkannt ist, findet die Zuordnung zur passenden Kategorie statt. Bei Unklarheiten in Bezug auf Satzinhalt bzw. -thematik werden die vorangegangenen bzw. nachstehenden Sätze mit einbezogen. Anschließend werden die einzelnen Sätze auf ihren Gewaltinhalt hin überprüft.

Dabei wird der Frage nachgegangen, ob der Sachverhalt eine Menschen schädigende, violente Aussage beinhaltet. Gleichzeitig wird untersucht, ob der Autor durch Satzinhalt und -aufbau dem Leser eine bestimmte Perspektive vermittelt (*Meta-Ebene I*). Hierbei wird zwischen Opfer- und Täterperspektive unterschieden. Dies gelingt, indem Beschreibungen über gewalthaltige Handlungen, die dem Leser eine aktive Handlungsanweisung für die spätere Spielbedienung liefern, ihn also zum handelnden Täter machen, zu genau dieser Täterperspektive gerechnet werden. Wird im Satz eine Situation dargestellt, in der der potenzielle Spieler in gewissem Maße ohnmächtig einer an ihm oder an anderen im Spiel vertretenen Charakteren begangenen (gewalthaltigen) Handlung ausgesetzt ist, wird dies als Opferperspektive betrachtet.

Des Weiteren schließt das Kategoriensystem auch die Distanz der Redakteure (*Meta-Ebene II*) und damit in gewisser Weise auch den Aufforderungscharakter zu den von ihnen getätigten gewalthaltigen Aussagen ein. Geben die entsprechenden Sätze lediglich die im Spiel auftretende Gewalt wieder, kann dies als distanzierte Berichterstattung betrachtet werden. Erfolgt jedoch eine damit verbundene Kommentierung oder eine anders geartete Meinungsäußerung – egal ob in zustimmender oder kritisierender Richtung – kann von undistanzierter, subjektiver Darstellung der Geschehnisse gesprochen werden. Im Gegensatz zur *Meta-Ebene I* wird diese Analyse konsequenterweise nur bei Sätzen durchgeführt, die zuvor als gewalthaltig identifiziert wurden.

### 3.4 Pretest und Störvariablen

Bevor mit der eigentlichen Inhaltsanalyse begonnen wurde, wurde das Kategorienschema anhand eines probeweise zu analysierenden Artikels zum Ego-Shooter „F.E.A.R.“ (keine Jugendfreigabe) auf dessen Tauglichkeit hin überprüft. Dabei entfiel eine ursprünglich vorgesehene Meta-Ebene, welche den Aufforderungscharakter der einzelnen Satzaussagen hinsichtlich einer etwaigen Spiel- bzw. Kaufentscheidung untersuchen sollte. Es stellte sich

heraus, dass dies bereits im Rahmen der Distanz-Ebene ermittelt wird. Sätze, die ein starkes Involvement mit gleichzeitig positiver Bewertung des Spiels beinhalten, implizieren bereits eine indirekte Aufforderung zum Spielkauf oder zumindest zum Anspielen.

Bisweilen fiel trotz der zehn differenzierten Oberkategorien die Einteilung der Sätze schwer. Dies lag aber weniger an der Abgrenzung der Kategorien untereinander. Vielmehr stellte sich zum einen die Frage, wie mit Sätzen umzugehen ist, die mehr als eine Aussage zu verschiedenen Themenbereichen umfassen. Bei Zuordnung zu nur einer Kategorie fallen wichtige Aspekte unter den Tisch. Deshalb werden alle Sätze, auf die dies zutrifft, mehrfach einsortiert. Der Einfluss auf die abhängigen Variablen (gewalthaltiger Inhalt, Satzperspektive und Redakteursdistanz) ist somit konstant, da der Umgang mit der unabhängigen Variable für alle Kategorien gleich ausfällt.<sup>143</sup> Damit kann die Auswirkung der Störvariablen möglichst gering gehalten werden. Zum anderen ergab sich bei einigen Zählseinheiten eine Unklarheit bezüglich der enthaltenen Aussage bzw. der Thematik. Aus diesem Grund wurden zur genauen Inhaltsbestimmung und Einordnung die vorhergehenden und auch nachstehenden Sätze in die Analyse mit einbezogen.

Darüber hinaus vermittelten einige Sätze (z. B. in der Kategorie der *Story/Atmosphäre*) für sich genommen weder Opfer- noch Täterperspektive. Erst im Verbund mit den nachfolgenden Sätzen bzw. im Kontext ergab sich daraus eine der beiden Perspektiven. Deshalb wurden auch diesen, an sich perspektivlosen Sätzen, eine dem Kontext entsprechende Perspektive bzw. eben auch keine zugewiesen, falls diese nicht existiert.

### 3.5 Die Stichprobe

Als Element der Inhaltsanalyse wird die monatlich erscheinende Videospiefachzeitschrift „MAN!AC“ herangezogen, in der alle gängigen Heimkonsolen und tragbare Videospiegelgeräte behandelt werden. Die Grundgesamtheit besteht aus dem gesamten Jahrgang 2005, was demnach zwölf Ausgaben entspricht. Der Grund für das alleinige Benutzen dieser Fachpublikation liegt an der Verfügbarkeit der Hefte. Diese liegen dem Autor im Gegensatz zu anderen Zeitschriften komplett vor.

Zur Auswahlgesamtheit werden alle Artikel über Spiele für stationäre Konsolen (zum damaligen Zeitpunkt PlayStation 2, Xbox und GameCube) gezählt, die von der USK die Alterskennzeichnung „keine Jugendfreigabe“ erhielten, was einer Freigabe für Personen ab 18 Jahren entspricht. Berichte über Import-Spiele ausgenommen – dazu liegen keine Alterskennzeichen vor – beläuft sich die Anzahl dieser Artikel auf 31 Spielitel.

Die Stichprobe erstreckt sich auf alle Artikel über Spiele ohne Jugendfreigabe, die sich aufgrund einer ausreichenden Menge an Sätzen über mindestens zwei Seiten erstrecken müssen und dabei eine Bewertung nicht unter 70 Prozent erhielten. Denn „eine 70er-Wertung stellt bereits eine Empfehlung [...] dar.“<sup>144</sup> Damit findet bereits eine positive Einschätzung eines gewalthaltigen Videospieles statt, was möglicherweise zur Spiel- oder Kaufentscheidung seitens der Leser beitragen kann. Auf den Stellenwert der Redakteurserwertung im Verhältnis zu den Textinformationen und anderen Artikelelementen wird später nochmals im Fragebogen eingegangen. Zur Auswahl standen 15 Artikel, die eben genannte Kriterien erfüllen, wobei der Stichprobenumfang zehn zufällig bestimmte Artikel beträgt – exklusive des einen Artikels, der im Rahmen der Befragung verwendet wurde (siehe dazu *Kap. II, 4.4*). Bezüglich der Zählseinheiten findet eine Vollerhebung statt. Das bedeutet, dass alle vollständigen Sätze des Stichprobenumfangs mit in die Inhaltsanalyse einbezogen werden.

<sup>143</sup> Vgl. dazu Meyer-Hentschel, Gundolf: 3. Kontrolle möglicher Störvariablen. S. 97.

<sup>144</sup> Maniac 03/2005: a. a. O.

### 3.6 Ergebnisse der Inhaltsanalyse

#### 3.6.1 Allgemeine Ergebnisse

Von den insgesamt zehn anhand des Kategorienschemas analysierten Artikeln handelt es sich bei sechs um Ego-Shooter, wie *Abbildung 4* zeigt. Drei der beschriebenen Spiele zählen zum Action-Genre und eines lässt sich als Action-Adventure bezeichnen. Damit gehören diese Spiele nach Ladas zur Oberkategorie der (3D-)Actionspiele (vgl. *Kap. I, 1.1.2*), welche sich durch einen hohen Gewaltanteil auszeichnen.

Abbildung 4: Die untersuchten Spiele im Überblick

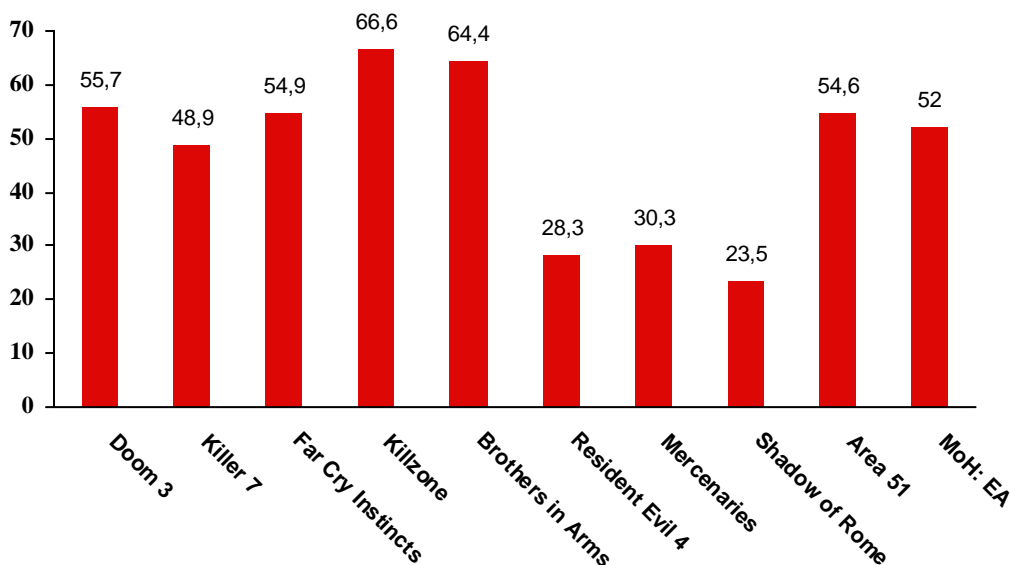
Name des Spiels	Genre	Plattform	Wertung	Seiten	Ausgabe
<b>Doom 3</b>	Ego-Shooter	Xbox	88%	3	04/2005
<b>Killer 7</b>	Action	GameCube	87%	2	08/2005
<b>Far Cry Instincts</b>	Ego-Shooter	Xbox	90%	3	11/2005
<b>Killzone</b>	Ego-Shooter	PlayStation 2	88%	3	01/2005
<b>Brothers in Arms: Road to Hill 30</b>	Ego-Shooter	PlayStation 2 bzw. Xbox	87% bzw. 90%	2	05/2005
<b>Resident Evil 4</b>	Action	GameCube	92%	3	04/2005
<b>Mercenaries</b>	Action	Xbox	86%	2	03/2005
<b>Shadow of Rome</b>	Action-Adventure	PlayStation 2	83%	3	02/2005
<b>Area 51</b>	Ego-Shooter	PlayStation 2	79%	2	06/2005
<b>Medal of Honour: European Assault</b>	Ego-Shooter	PlayStation 2	81%	2	07/2005

Die Mehrheit der Spiele (4) erschien auf Sonys PlayStation2, gefolgt von Microsofts Xbox (3) und Nintendos GameCube (2). Ein Spiel wurde für die PlayStation 2 und Xbox gleichermaßen getestet. Durchschnittlich vergaben die Redakteure einen Prozentwert von rund 86, was nach deren Maßstab einer Kaufempfehlung für ein beschriebenes Spiel entspricht. Die zehn Spiele wurden auf 25 Heftseiten besprochen; im Schnitt erhielt ein Spiel zweieinhalb Seiten Platz.

#### 3.6.2 Wenn Texte töten

Jeder vollständige Satz jedes Artikels wurde anhand festgelegter Kodierregeln auf seinen möglicherweise gewalthaltigen Inhalt überprüft. *Abbildung 5* verdeutlicht, dass kein Text ohne die Darstellung gewalttätiger Handlungen gegenüber Menschen bzw. menschenähnlichen Gegnern, Tieren oder der Umwelt auskommt.

Abbildung 5: Gewalthaltige Sätze in % (Eigene Darstellung, Werte gerundet)



Die Beschreibung der Gewaltszenen ist dabei hinsichtlich ihrer Intensität und ihrem Detailgrad sehr unterschiedlich und unabhängig hinsichtlich des Verhältnisses von violenten zu non-violenten Sätzen. Während beim Ego-Shooter „Far Cry Instincts“ geradezu lautmalersich ausschmückend und intensiv von einer „*laut schallende[n] Entladung eines kompletten Magazins in den zuckenden Kollegen*“<sup>145</sup> die Rede ist, bleibt die Beschreibung der Gegnerbekämpfung beim 3D-Actionspiel „Killer 7“ weitestgehend neutral: „*Das jüngste Mitglied [...] heißt Con [...] und bläst unvorsichtige Feinde blitzschnell mit zwei vollautomatischen Pistolen weg.*“<sup>146</sup>

Heinz Bonfadelli differenziert in seinem Mediengewaltschema zwischen den verschiedenen Aspekten des Mediums (Medienart, Genre, Darstellungsart und Perspektive), der Ausführung der Mediengewalt (Modalität, Objekte, Rolle, Situationen, Ziele und Intensität), dem Auslöser (Anstoß, Ursachen, Intentionen, Legalität und Legitimität) und den Folgen von Gewaltanwendung (Konsequenzen und Sanktionen).<sup>147</sup> Legt man dieses Modell unserer Analyse zu Grunde, so ergibt sich für die Mehrheit der gewalthaltigen Sätze in Artikeln zu den so genannten „Killerspielen“ das in *Abbildung 6* ersichtliche Schema.

Diese Abbildung mag nicht für alle Artikel zutreffend sein, gibt jedoch die Ausprägungen der darin vorkommenden Gewalt in den meisten Texten wieder. Beachtenswert ist die meist physische Schädigung der „Objekte“ – in der Regel sind dies Menschen –, wobei die handelnde Spielfigur die Rolle des Täters und Helden einnimmt. Mal muss Europa von Nationalsozialisten („Medal of Honour: European Assault“ und „Brothers in Arms“), mal ein Planet von aufmüpfig gewordenen Kolonialisten („Killzone“), eine Präsidententochter aus den Fängen von Zombies befreit („Resident Evil 4“), eine tropische Insel von üblen Banditen und sonderbaren Wissenschaftlern („Far Cry Instincts“) oder ein Labor von aggressiven Aliens („Area 51“) gesäubert werden.

<sup>145</sup> **Maniac 11/2005:** Far Cry Instincts. S. 50-52.

<sup>146</sup> **Maniac 8/2005:** Killer 7. S. 88-89.

<sup>147</sup> Zum Schema der Dimensionen von Mediengewalt **siehe Bonfadelli, Heinz:** 2. Zur Definition von Gewalt bzw. Mediengewalt. S. 44/45.

**Abbildung 6: Dimensionen der Gewalt in Videospielartikeln** (Eigene Darstellung in Anlehnung an Bonfadelli S.44/45.)

Bereich	Dimension	Ausprägungen
Aspekte des Mediums	Medium: Genre: Darstellung: Perspektive:	Videospielartikel fiktional (Information und Unterhaltung) realistisch auf Basis eines künstlichen Spiels Tätersicht
Ausführung	Modalität: Objekte: Rolle: Situationen: Ziele: Intensität:	physisch Menschen Held und Täter Fremde instrumentell moderat
Auslösung	Anstoß: Ursachen: Intentionen: Legalität: Legitimität:	motiviert sozial gewollt legal bis illegal legitim
Folgen	Konsequenzen: Sanktionen:	physisch nicht gezeigt Belohnung

Die Intensität der Gewalt mag dabei zwar immer variieren<sup>148</sup>, der Status eines Helden, der die Welt vom Bösen im Alleingang erlöst, ist den Spielern aber in fast allen „Killerspielen“ gewiss. Dadurch ist sowohl die Gewalt im Spiel als auch im Text stets legitimiert, obgleich gewisse Gewaltaktionen bisweilen durchaus illegal sein können<sup>149</sup>. Die moralische Dimension von Gewalt ist demnach – wenn auch möglicherweise unbewusst – in der Spielgeschichte und im Spielprinzip enthalten. Die Textgewalt bzw. der beschriebene Spielkontext gibt dies dementsprechend wieder.

Daneben ist auf den mehrheitlich instrumentellen Charakter der Gewalt hinzuweisen. Wie bereits in *Kapitel I, 1.2* anhand eines Textbeispiels aus dem Spiel „Mercenaries“ hingewiesen, dient die Gewaltbeschreibung nicht nur der Unterhaltung, sondern erfüllt funktionelle Zwecke, z.B. den der Selbstverteidigung in „Resident Evil 4“:

<sup>148</sup> Während sich bei „Killzone“ („Geht im Kampf die Munition zur Neige, teilt Ihr mit dem Gewehrkolben tödliche Schläge aus oder bedient Euch der Waffen erledigter Gegner.“ **Maniac 1/2005**: Killzone. S. 92-94.) und „Resident Evil 4“ („Den zahllosen, vielgestaltigen Horror-Wesen könnt Ihr mit Leons Standardwaffen (Messer und Pistole) auf den Leib rücken.“ **Maniac 4/2005**: Resident Evil 4. S. 50-52.) die Gewaltdarstellung und -intensität im Rahmen hält, ist die Form der Gewalt im Artikel zu „Area 51“ deutlicher roher („Je nach Wumme aktiviert Ihr Taschenlampe, Laserpointer oder feuert eine doppelte Ladung Schrot ins Gesicht des Widersachers.“ **Maniac 6/2005**: Area 51. S. 94-95.)

<sup>149</sup> So ist in manchen Spielen ein so genanntes „friendly fire“, also das „Abschießen“ von Teammitgliedern, möglich.

*„[... W]enn sich über ein halbes Dutzend verrückt gewordener Dorfeinwohner mit in die Höhe gereckten Mistgabeln sowie gezückten Messern geifernd auf Euch stürzen [, ... d]ann heißt es auf Knopfdruck blitzschnell die gewählte Wumme zücken, via Analogstick und Laserpointer-Unterstützung zielen und abdrücken.“<sup>150</sup>*

Dabei rückt vor allen Dingen nicht die Gewalt in den Mittelpunkt der Beschreibung, sondern die Erklärung der Spielsteuerung, was wiederum die Distanz des Lesers zur eher abstrakt dargestellten Gewalt erhöhen dürfte.

Die von den Redakteuren beschriebenen Folgen orientieren sich an den im Spiel ausgeführten. Die Konsequenzen von Gewaltanwendung sind in der Mehrheit physischer Natur. Nur selten trifft man auf psychische oder strukturelle Gewalt. Im Gegensatz zum Videospiel wird in Fachpublikationen nur selten auf die Auswirkungen angewandter körperlicher Gewalt eingegangen. Während im Spiel zumindest in den ersten Sekunden nach einem Pistolentreffer bisweilen Blut sichtbar ist, gehen die Artikel darauf kaum ein. Auch eine zeitlich darüber hinaus gehende Betrachtung der Folgen bzw. eine Beschäftigung mit den Opfern bleibt außen vor; ist sie doch nicht Sinn und Ziel des Spiels bzw. Textes.

*„Ein ‚Doom‘-Klassiker ist die Kettensäge, der ausgedehnte Ausflug in die Feuer der Hölle wird zudem mit dem ‚Soulcube‘ belohnt: Dieses unchristliche Artefakt lädt sich durch getötete Gegner auf und wird anschließend auf Dämonen geschleudert – deren Ableben bringt dann ein paar Punkte auf Euer Gesundheitskonto.“<sup>151</sup>*

Dieses Zitat aus dem Artikel zum Ego-Shooter „Doom 3“ belegt die physische Auswirkung (in diesem Fall tritt der Tod des Gegners ein) der Gewaltanwendung. Zudem wird ersichtlich, dass die Sanktion dieser Tat aus einer Belohnung in Form eines Punkte- und Energiegewinns für die benutzte Waffe besteht.

Insgesamt ist eine stringente Analogie zwischen der Gewalt in „Killerspielen“ und deren Beschreibung in „Killerspielartikeln“ festzuhalten. Die Texte geben das wieder, was im Spiel vorkommt. Jedoch muss die Stärke der Gewalt im Artikel nicht so deutlich ausfallen wie im Virtuellen. Dies hängt wohl vom jeweiligen Redakteur und dessen Schwerpunktsetzung ab. Natürlich kann die „literarische Gewalt“ auch expliziter als ihr digitales Vorbild sein. Nur eines lässt sich nicht abstreiten: In Artikeln zu gewalthaltigen Videospielen kommt ebenfalls Gewalt vor. Damit kann *Annahme A<sub>1</sub>* als verifiziert angesehen werden.

Ein hoher Anteil an violenten Sätzen ist allerdings noch kein Indiz für die Stärke der Gewalt. Ebenso wenig lassen sich daraus sichere Schlüsse über eine starke oder schwache Textwirkung beim Rezipienten ziehen. Jedoch kann angenommen werden, dass Artikel mit einer großen Anzahl an „Gewaltsätzen“ eher Einfluss auf die Spiel- oder Kaufentscheidung der Leser nehmen, egal in welche Richtung diese Entscheidung letzten Endes ausfällt. Hängt dies doch von zahlreichen individuellen Variablen wie der Spielerfahrung und -vorlieben oder auch dem sozialen Umfeld (Freunde und Familie) ab.

<sup>150</sup> **Maniac 4/2005:** a. a. O.

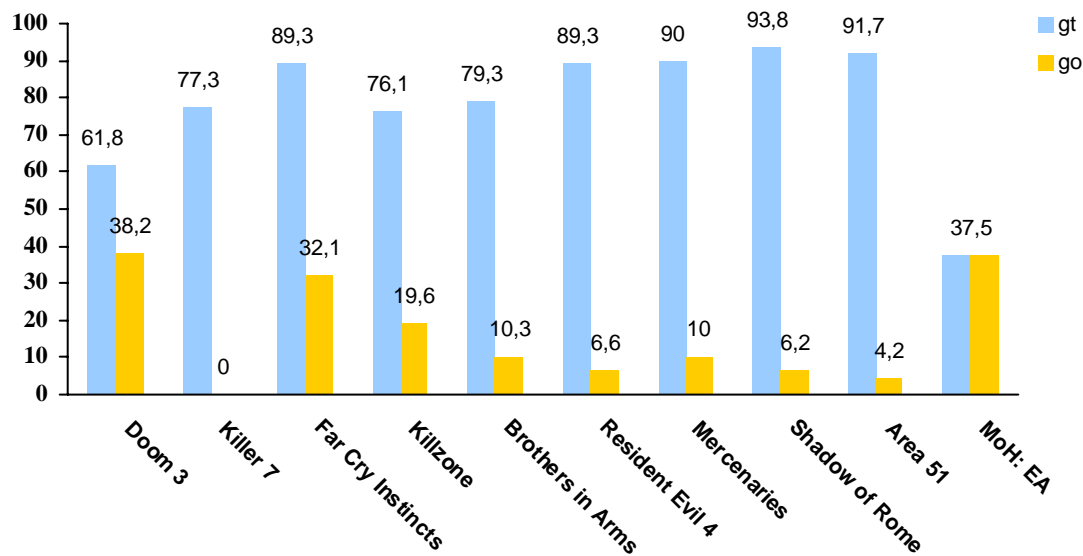
<sup>151</sup> **Maniac 4/2005:** Doom 3. S. 54-56.

### 3.6.3 Eine Frage der Perspektive

Ein wesentliches Stilmittel beim Drehen von Filmen ist die Wahl der Perspektive. Aus welchem Blickwinkel soll der Betrachter die Geschehnisse wahrnehmen, in welchem Charakter sich hineinversetzen? Von dieser Entscheidung hängt es neben der eigentlichen Handlung ab, wie und in welchem Maße sich der Zuschauer mit den agierenden Personen identifiziert. Darauf aufbauend kann wiederum von einer entsprechenden Wirkung ausgegangen werden.

Anhand von *Abbildung 7* ist bei neun der zehn Artikel eine starke Ausrichtung auf die Täterperspektive zu verzeichnen.

**Abbildung 7: Gewalthaltige Sätze mit Täter- (gt) bzw. Opferperspektive (go) in %** (Eigene Darstellung, Werte gerundet)



Sprich, der Autor versetzt den Leser mittels Satzstruktur und Wortwahl in die Rolle des Täters, des ausführenden Akteurs. Die beschriebenen Spielsituationen geben lediglich die gewalttätigen Handlungen des steuerbaren Alter Egos wieder und verzichten dabei auf eine genauere Zuwendung hinsichtlich der von den Gewaltakten Betroffenen wie folgendes Beispiel aus dem Artikel zu „Shadow of Rome“ verdeutlicht:

*„Die richtige Technik und etwas Timing vorausgesetzt, bedeutet dies im Klartext, dass wankenden Gegnern je nach Waffe Extremitäten abgetrennt, Oberkörper abgesäbelt oder die Köpfe zermatscht werden.“<sup>152</sup>*

Bei Untersuchungen zur Wirkung von Horrorvideos auf Jugendliche wurde festgestellt, dass durch Täterempathie kämpferische und aggressive Gefühle auftreten, die Konsumenten aber auch Stärke und Sicherheit empfinden.<sup>153</sup> Aktiviert nun ein Text, der den Rezipienten mehrheitlich in die Rolle des Täters schlüpfen lässt, eben diese Emotionen, müsste die Wahrscheinlichkeit des Spielens oder gar Kaufens des gewalthaltigen Videospieles steigen. Diese Folgerung ist möglich, da vor allem „Killerspiele“ den Spielern das von ihnen selbst geforderte Gefühl von Herrschaft, Macht und Kontrolle vermitteln.<sup>154</sup> Erfüllt der Text diese

<sup>152</sup> **Maniac 2/2005:** Shadow of Rome. S. 92-94.

<sup>153</sup> **Weiss, Rudolf H.:** 4.3 Identifikation mit Täter/Opfer und Gefühlsdimensionen des Polaritätenprofils. S. 72f.

<sup>154</sup> Vor allem männliche Spieler geben das Verlangen nach Macht oder den Wunsch nach Kontrolle als Beweggründe für das Spielen von gewalthaltigen Videospieles an. **Vgl. Fritz, Jürgen (2003f):** 2.1 Kontrollwünsche und Kontrollverluste. S. 15. **und Kleinbeck, Uwe et. al.:** 1. Beweggründe für das Spiel mit Bildschirmspielen aus der Sicht der Spieler. S. 214ff.



an das Spiel gestellte Erwartung durch eine dementsprechende Beschreibung, ist die Ähnlichkeit zwischen „Organism“ (Spieler), „Kommunikator“ (Redakteur) und „Stimulus“ (Artikel) hergestellt und somit von einer starken Wirkung auszugehen (vgl. Kap. I, 3.2.3). Jedoch muss im selben Atemzug angemerkt werden, dass Texte wohl nur dann wirken, wenn tatsächlich ein „Hineinfühlen in den Text“, in die darin handelnden Personen erfolgt; also ein starkes „Involvement“ vorherrscht, welches die von Haus aus bestehende, durch das Medium selbst geschaffene Distanz überbrückt.

*„Eine empathische Lektüre wäre also eine Lektüre, in deren Vollzug der Rezipient in irgendeiner Form die Medialität ‚überwindet‘ und Phantasmen [sic!] eines medialen ‚Mehrwerts‘ erzeugt – typischerweise das Geschehen ‚erlebt‘, an Gefühlen partizipiert oder dergleichen.“<sup>155</sup>*

Nun ist zu bezweifeln, dass Leser von Videospielezeitschriften sich besonders stark in die dargestellten Figuren hineinversetzen. Vor allem angesichts der Tatsache, dass sie wohl auch nicht mit einer dafür nötigen Erwartungshaltung an den Text herantreten. Schließlich ist die Absicht der Videospieleartikel ein gänzlich anderer als es bei „richtigen“ Lektüren der Fall ist. Der Informations- steht über dem Unterhaltungsaspekt, der z.B. bei der aktiven Nutzung von Horrorfilmen aus dem bewussten „Erleben wollen“ von Angst und Lust (= bewältigte, kontrollierte Angst) besteht.<sup>156</sup> Die Struktur kann nicht miteinander verglichen werden. Während literarische Texte in der Regel eine tiefgründige Geschichte samt einer detaillierten Beschreibung der vorkommenden Charaktere bieten, ist dies sowohl in den meisten Videospiele als auch in den dazugehörigen Artikeln nicht zu finden und auch nicht beabsichtigt.

Daneben muss berücksichtigt werden, dass

*„(...) sich entgegen populären Annahmen [...] das emotionale Involvement und die emotionale Stimulation nicht in erster Linie vermittelt der Übernahme der Täterperspektive, sondern der Opferperspektive konstituiert.“<sup>157</sup>*

Gewaltdarstellungen werden vom Betrachter nämlich meist aus der Sichtweise des Opfers betrachtet<sup>158</sup>, weil nur hier eine emotionale Anteilnahme in Form des „Mitleidens“ und „Mitfühlers“ möglich ist, sofern nicht auch der Regisseur – oder in unserem Falle der Redakteur – den Täter zuvor als Opfer dargestellt und ihn damit dem Zuschauer/Leser „emotional nahe [ge]rück[t]“<sup>159</sup> hat. Es muss also eine emotionale Bewertung der beschriebenen Spielfigur durch den Rezipienten vorhanden sein, um empathisches Empfinden zu ermöglichen.<sup>160</sup> Doch diese sind in Video- und Computerspielen so gut wie nie empathisch

---

Frauen bevorzugen dagegen eher Grafikadventures, Rollen- und Geschicklichkeitsspiele, Simulationen oder Spiele, die körperlichen Einsatz erfordern (z.B. „Dance Dance Revolution“). Dabei kommt es ihnen vor allen auf Problemlösen, aber auch das Spielen mit Freunden an. **Vgl. Dittler, Ullrich:** Inhaltliche Spielvorlieben. S. 4. **und Nielsen Interactive Entertainment/Interactive Software Federation of Europe:** Games requiring physical exercise. S. 17. [www.transposia.nl/content/b2b/pdf/researchreport.pdf](http://www.transposia.nl/content/b2b/pdf/researchreport.pdf) [Stand: 08. August 2007, 15:17]. **sowie Universidad Europea de Madrid:** 7.7 Preferences and lacks detected by women in videogames. S. 27ff. [www.womeningamesinternational.org/resources/content/perez\\_2006\\_womenandgames.pdf](http://www.womeningamesinternational.org/resources/content/perez_2006_womenandgames.pdf) [Stand: 08. August 2007, 15:33].

<sup>155</sup> **Andree, Martin (2006):** 4. Empathische Lektüren. S. 59.

<sup>156</sup> **Vgl. Rogge, Jan-Uwe:** Horrorfilm und die Erfahrung von Angst-Lust. S. 130ff. **und Grimm, Jürgen:** Wirkungen von Gewaltdarstellungen, empirisch besehen. S. 163.

<sup>157</sup> **Hausmanninger, Thomas (2002b):** Spezifikationen I: Elemente der ästhetischen Lust an gewalthaltigen Filmen. S. 238.

<sup>158</sup> **Vgl. Grimm, Jürgen (2000):** Mediengewalt – Wirkungen jenseits von Imitation. S. 43.

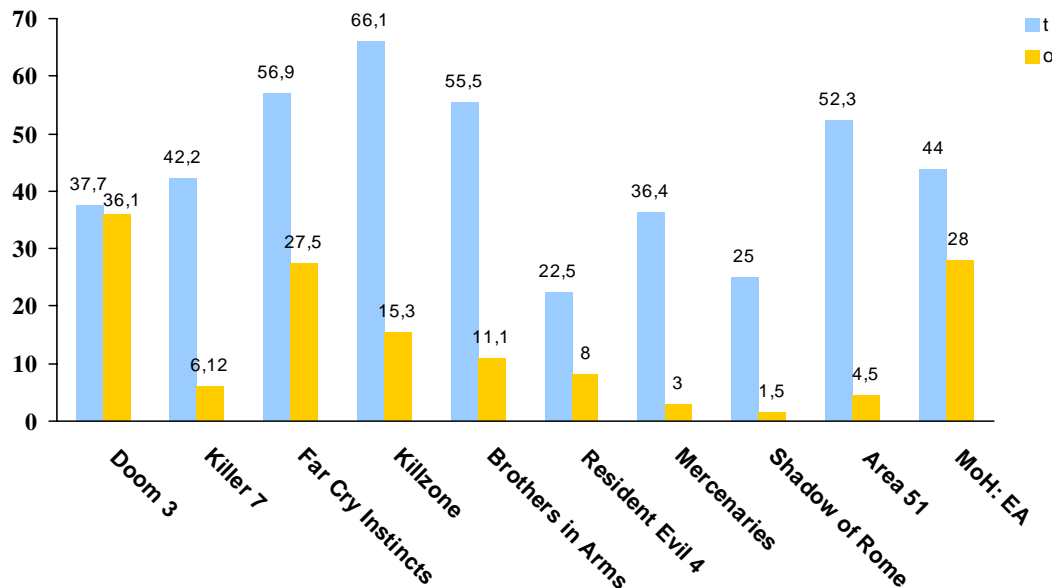
<sup>159</sup> **Hausmanninger, Thomas (2002b):** a. a. O.

<sup>160</sup> **Vgl. Kassis, Wassilis:** 2.1 Zwischen Geschicklichkeit und Zielgenauigkeit. S. 225.

besetzt<sup>161</sup>, weshalb den Avataren und ihren gewalttätigen Handlungen auch in Artikeln zu Spielen mit Violenzgehalt zumeist eine mitfühlende Dimension fehlt.

Betrachtet man die Verteilung der vermittelten Perspektive auf alle im Text vorhandenen Sätze ohne dabei explizit auf Sätze mit Gewaltinhalt einzugehen (siehe *Abbildung 8*), ergibt sich ein ähnliches Bild wie oben. Die Mehrheit der Sätze stellen die Handlungen der zu steuernden Figur dar. Lediglich beim Ego-Shooter „Doom 3“ lässt sich eine nahezu gleiche Verteilung von Täter- und Opferperspektive feststellen. Dies liegt vor allen Dingen an der Spielgeschichte bzw. -atmosphäre.

**Abbildung 8: Sätze insgesamt mit Täter- (t) bzw. Opferperspektive (o) in %** (Eigene Darstellung, Werte gerundet)



In dieser Kategorie (*Story/Atmosphäre*) des Analyseschemas beschreiben 46,7 Prozent aller darin eingeteilter Sätze die Rolle des Spielers als die eines Opfers (vgl. Analysetabellen im Anhang).

*„Knapp fünf Minuten nach Eurer Ankunft – Ihr bringt gerade mal die Ausgabe von Pistole und Panzerweste hinter Euch – bricht also sprichwörtlich die Hölle los, und die nächsten 15 Spielstunden wird sich an dieser bedrohlichen Situation auch nichts ändern.“<sup>162</sup>*

Vor dem Hintergrund, dass die „Doom“-Serie seit jeher auf Horror- und Schockmomente sowie eine bedrohliche Atmosphäre setzt, dem Spieler also eher Furcht einflößen und als Opfer erscheinen lassen will anstatt ihn als ehrenhaften Supersoldaten in „Allein-gegen-Alle“-Manier omnipotente Kontrolle über die Spielumgebung zu geben, ist auch der vermehrte Einsatz der Opferperspektive im Artikel nicht verwunderlich.

Genau das Gegenteil hierzu ist der Artikel zum Third-Person-Shooter „Mercenaries“. Hier geht es darum als Elite-Soldat gegen ganze Regime und Diktatoren anzukämpfen. Dabei „genießt“ man die Freiheit alles tun und lassen zu können, was man will. Wie man die Gegner zur Strecke bringt, bleibt dem Spieler und den mannigfaltigen „Mordmöglichkeiten“ überlassen. Selbst der einzige Satz mit einer annähernden Opferperspektive ist unter dem Mantel der eigentlich vorherrschenden Tätersichtweise zu verstehen (mittels Tarnung in feindliches Gebiet zu gelangen und es von Gegnern zu „säubern“):

<sup>161</sup> Vgl. Ladas, Manuel (2002): 4.8 Empathie. S. 152.

<sup>162</sup> Maniac 4/2005: a. a. O.

*„Dreht Ihr in einem nordkoreanischen Jeep eine Runde durch die demilitarisierte Zone, nehmen Euch UN-Truppen unter Beschuss bis Ihr durch Hupen Eure Tarnung aufgibt.“<sup>163</sup>*

Im Schnitt beschreiben 78,6 Prozent aller gewalthaltigen Sätze die Szenerie aus einer Täter-, nur 16,5 Prozent das Geschehen aus einer Opferperspektive. Auf alle Sätze bezogen ergibt sich ein noch deutlicheres Bild: 43,9 Prozent der Sätze im Text versetzen den Leser in die Position des (Gewalt) ausführenden Charakters, in 14,1 Prozent der Fälle wird dieser als Opfer seiner Spielumgebung dargestellt. Somit ist *Annahme A<sub>2</sub>* verifiziert.

### **3.6.4 Der Redakteur als Meinungsmacher?**

Mit der Wahl seiner Worte kann ein Autor den Leser beeinflussen. Gleichzeitig gibt er durch einen bestimmten Stil innerhalb seiner Spielbeschreibung Hinweise, wie er dem behandelten Thema – und damit auch dem Spiel an sich und dessen Gewalt – gegenübersteht.<sup>164</sup> Im herkömmlichen Journalismus findet man wertende Aussagen jedoch für gewöhnlich nur im Kommentar, in der Glosse oder im Leitartikel. Hier sind *„subjektive Meinungsäußerungen“<sup>165</sup>* erlaubt bzw. erwünscht. Videospielartikel lassen sich nur schwerlich in vorhandene journalistische Darstellungsformen einordnen. Sie scheinen eine Mischung aus Bericht und Meinung zu sein. Schließlich bereiten sie Fakten und Informationen zu einem Thema, welches jeweils der Inhaltsangabe eines aktuellen Spiels entspricht, auf<sup>166</sup>, verbinden damit jedoch stets eine Wertung und sind Literatur-Rezensionen nicht unähnlich. Damit lassen sie sich am ehesten in die Gattung der Kritiken einordnen, denn

*„(...) am Beginn der Rezension [steht] die Darstellung von Fakten, also die Wiedergabe des Inhalts [...]. Anschließend an die eher objektive Schilderung der Fakten folgt die Einordnung, Prüfung und Wertung des Betrachteten.“<sup>167</sup>*

Demnach dürfte in dem Teil des Artikels, der über die Spielhandlung, Aktionsmöglichkeiten, Aufgabenstellungen etc. Auskunft gibt, vom Redakteur keinerlei wertende Aussagen getroffen werden. Dies scheint bisweilen nicht der Fall zu sein. Im Artikel zum Horror-Spiel „Resident Evil 4“ kann sich der Autor bei der Beschreibung der (Schieß-)Steuerung seiner persönlichen Meinung dazu nicht erwehren:

*„Den Feinden ihre schrecklichen Mordwerkzeuge aus den Händen schießen, auf Leon zufliegende Äxte aus der Luft ballern, Gegner mit Beinschüssen wirkungsvoll stoppen oder den einzig verwundbaren Punkt verletzen – dank der gelungenen Kombination aus millimetergenauer Steuerung und exzellenten Trefferzonen-System ein ebenso leichtes wie vergnügliches Unterfangen.“<sup>168</sup>*

Nicht nur im letzten Abschnitt des Zitats findet sich eine subjektive Wertung. Bereits zu Beginn des Satzes vermittelt beispielsweise das Adverb „wirkungsvoll“ die von der Spielerfahrung beeinflusste Redakteurmeinung und gibt dem Leser als potenziellen Spieler einen Hinweis, wie dieser am besten den virtuellen Feind eliminieren kann. Wie *Abbildung 9* zeigt, ist diese Spielkritik jedoch der einzige Text in der vorliegenden Untersuchung, in dem mehr Sätze mit subjektiver Färbung vorkommen als mit sachlicher Beschreibung.

<sup>163</sup> **Maniac 3/2005:** Mercenaries. S. 74-75.

<sup>164</sup> **Vgl. Ruß-Mohl, Stephan:** 3.2 Manipulation mit Sprache. S. 89.

<sup>165</sup> **Schlapp, Hermann:** Der Kommentar. S. 156.

<sup>166</sup> **Vgl. Csoklich, Fritz:** Bericht in der Zeitung. S. 75ff.

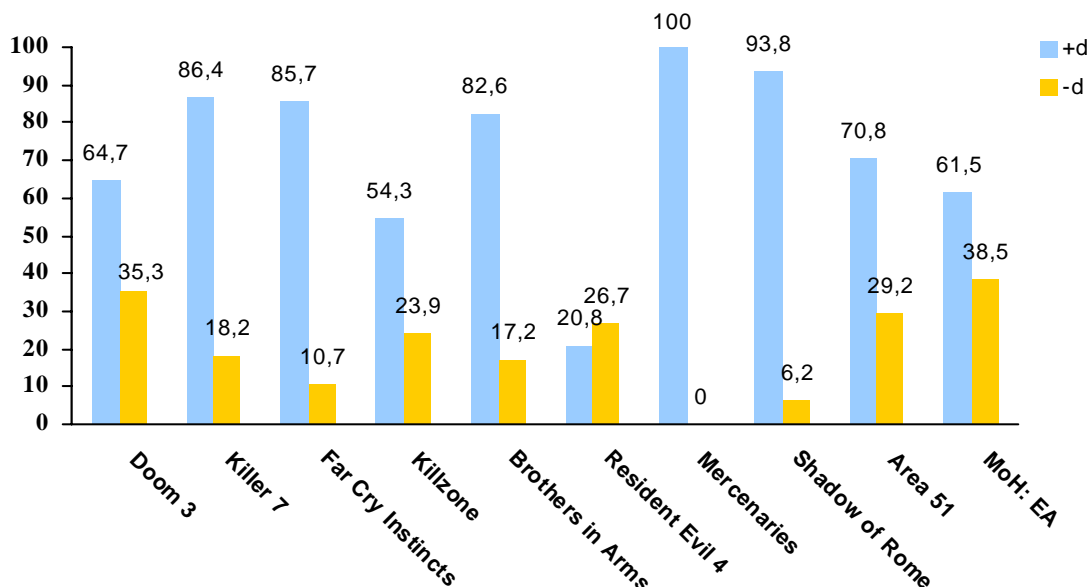
<sup>167</sup> **Pürer, Heinz:** Kritik und Rezension in der Zeitung. S. 187.

<sup>168</sup> **Maniac 4/2005:** a. a. O.

Anders bei der „Mercenaries“-Rezension, in der interessanterweise kein Kommentar des Autors zu finden ist. Sowohl in den non-violenten als auch in den gewalthaltigen Sätzen ist die Distanz zum Sachverhalt gegeben, wie folgendes Beispiel aufzeigt:

„Diebstahl, Sabotage und sogar Mord gehören ebenfalls zu Euren lukrativen Söldnerjobs.“<sup>169</sup>

Abbildung 9: Redakteurdistanz zu gewalthaltigen Sätzen; stark (+d) oder schwach (-d) in % (Eigene Darstellung, Werte gerundet)



Dabei ist das Eigenschaftswort „lukrativ“ nicht subjektiv im Sinne von „spaßig“ zu deuten. Bekommt der Spieler doch durch das Töten der digitalen Avatare tatsächlich virtuelles Geld gutgeschrieben. Dass der Leser diese Beschreibung für sich als Anreiz zum Spielen oder Spielerwerb interpretiert, liegt im Bereich des Möglichen. Dennoch muss die Aussage als distanziert betrachtet werden.

Dasselbe gilt für folgenden Satz aus dem Weltkriegs-Ego-Shooter „Medal of Honor: European Assault“:

„Eure Einsatzziele erfordern so ziemlich jede Schandtats, die Geheimdienste berichtigt und berühmt gemacht hat: U-Boot-Hafen, Kraftwerke und Treibstoffdepots jagt Ihr in die Luft, außerdem gilt es diverse Führungspersönlichkeiten aus dem Weg zu räumen [...]“<sup>170</sup>

Kritisch ist hier die verwendete Schriftsprache<sup>171</sup> anzumerken. Der Ausdruck „in die Luft jagen“ könnte der Leserschaft durchaus den Spaß an den auszuführenden Gewaltaktionen vermitteln. Erweckt er doch den Eindruck von „spielerisch leicht“ zu realisierenden Destruktionsmöglichkeiten ohne dabei Sanktionen befürchten zu müssen.

Daneben gibt es auch schwer einzuordnende Sätze, die zum Teil distanziert über Spielfakten berichten, zum Teil einzelne Begriffe beinhalten, die zum Bereich der subjektiven

<sup>169</sup> Maniac 3/2005: a. a. O.

<sup>170</sup> Maniac 7/2005: Medal of Honor: European Assault. S. 90-91.

<sup>171</sup> Burger und Imhasly verstehen unter dem Begriff der Schriftsprache aufgrund einer regelgeleiteten, allgemeingültigen Orthographie eine überregional verständliche schriftlich fixierte Sprache, die je nach Epoche oder Zweck einen spezialisierten Wortschatz, der eine genaue Verständigung erlaubt, beinhalten kann. Vgl. Burger, Harald/Imhasly, Bernard: 2. Schriftsprache. S. 103-110.

Meinungsäußerung gehören. Problematisch ist z.B. ein Satz aus dem Artikel zu „Far Cry Instincts“:

*„Eure besten Argumente heißen fortan nicht mehr Stealth-Kill via Butterfly-Attacke oder Wachenbeseitigung mittels heimtückischer Stachelfalle, sondern Shotgun, MP, Raketenwerfer und Flakgeschütz.“<sup>172</sup>*

Während darin zum Großteil sachlich über die im Spiel vorhandenen Waffen bzw. über die Möglichkeiten der Feinbekämpfung gesprochen wird, ist der Superlativ „beste“ als Wertung aufzufassen. Im Kontext mit der Aufzählung am verfügbaren Waffensystem ist dies dazu eine positiv wertende Meinung des Autors.

Betrachtet man alle Artikel so muss festgehalten werden, dass dennoch 72,1 Prozent aller gewalthaltigen Sätze von einer Distanz seitens des Redakteurs geprägt sind und somit keine subjektiven Aussagen beinhalten. Ein gutes Fünftel zeichnet sich allerdings durch eine lediglich geringe Distanz vom Autor zu den violenten Sätzen aus. Hier ist nicht nur eine Subjektivität, sondern besonders die daraus beabsichtigte Beeinflussung der Leser zu beachten. Ob diese „Manipulation“ tatsächlich stattfindet und eine evtl. Wirkung bei den Lesern auftritt soll die anschließende Befragung klären (siehe *Kap. II, 4.6.1*). *Annahme A<sub>3</sub>*, die von einer meist unkritischen, also subjektiven Berichterstattung bzw. Rezension der „Killerspiele“ ausging, ist aber als falsifiziert zu betrachten.

### ***3.6.5 Die Ergebnisse – eine Zusammenfassung***

Die zehn in die Untersuchung einbezogenen Artikel über die so genannten „Killerspiele“ bestehen zusammen aus 474 vollständigen Sätzen. In exakt der Hälfte davon, 237, ist ein gewalthaltiger Inhalt – im Sinne der verwendeten Gewaltdefinition (vgl. *Kapitel I, 1.2*) – festzustellen. Ein Blick auf den Gewaltgehalt der einzelnen Spielspaß-Kategorien in *Abbildung 10* zeigt, dass vor allem in den Sätzen Gewalt zu finden ist, die sich mit der Beschreibung der gegnerischen künstlichen Intelligenz (73,7 Prozent) und den Möglichkeiten des Mehrspielerbetriebs (57,1 Prozent) auseinandersetzen. Dies ist nicht weiter verwunderlich, führt man sich vor Augen, dass sich diese beiden Bereiche mit den im Spiel stattfindenden Kämpfen beschäftigen. Doch auch innerhalb der Erklärungen zur Spielbedienung beinhalten fast 40 Prozent der dazu zählenden Sätze Gewalt. Dies bestätigt den in den Spielen gegebenen Gewaltaspekt bzw. Lindens These, der zu beschreibende Sachverhalt wirke sich direkt auf den zu verfassenden Text aus.

Von allen „Gewaltsätzen“ bedienen sich knapp 72 Prozent der Täterperspektive, erläutern die Akte der Gewalt also aus der Sicht des Handelnden. Nur rund 19 Prozent versetzen den Leser dagegen in die Opferrolle. Interessant dabei ist die Kategorie-Aufteilung. Während die Tätersicht zumeist bei Sätzen zum Gameplay und zu den Gewalthandlungen Verwendung findet, kommt die Opferperspektive vermehrt bei den Kategorien *Gegner-KI* und *Schwierigkeitsgrad* zum Einsatz. Bei ersteren stehen hauptsächlich der Spieler und seine Eingriffsmöglichkeiten in das virtuelle Spielgeschehen im Vordergrund. Ihm werden Waffen und Fähigkeiten zur Seite gestellt, mit denen er selbst die Spielhandlung aktiv zu seinen Gunsten beeinflusst. Bei letztgenannten liegt der inhaltliche Schwerpunkt jedoch auf der Beschreibung von „Umweltfaktoren“, denen sich der Spieler – mehr oder weniger hilflos – ausgesetzt sieht, sich demnach in der Rolle des „reagierenden Opfers“ befindet. Angesichts der Tatsache, dass eine der Hauptmotivationen für Spieler das bewusste Kontrollieren der Spielsituationen, das Bestehen gegen relativ intelligente Gegner ist<sup>173</sup> (vgl. *Kapitel II,*

<sup>172</sup> Maniac 11/2005: a. a. O.

<sup>173</sup> Vgl. Fritz, Jürgen (2003f): a. a. O.



4.6.4.1), kann aufgrund der stärker ausgeprägten Tätersichtweise eine positive Einwirkung auf die Leser hinsichtlich eines späteren Spielerwerbs angenommen werden.

Abbildung 10: Gesamtergebnis der Inhaltsanalyse (Eigene Darstellung, Werte gerundet)

	g/insgesamt	gt/g	go/g	t/insg.	o/insg.	+d/g	-d/g
Grafik	13/49 = 26,5%	7/13 = 53,9%	3/13 = 23,1%	5/49 = 10,2%	4/49 = 8,2%	6/13 = 46,2%	7/13 = 53,9%
Sound	2/8 = 25%	1/2 = 50%	0/2 = /	1/8 = 12,5%	2/8 = 25%	0/2 = /	2/2 = 100%
Bedienung/Gameplay	56/141 = 39,7%	45/56 = 80,4%	7/56 = 12,5%	58/141 = 41,1%	15/141 = 10,6%	44/56 = 78,6%	12/56 = 21,4%
Multiplayer/soziale Interaktion	8/14 = 57,1%	8/8 = 100%	0/8 = /	10/14 = 71,4%	0/14 = /	6/8 = 75%	2/8 = 25%
Story/Atmosphäre	31/100 = 31%	23/31 = 74,2%	6/31 = 19,4%	24/100 = 24%	13/100 = 13%	19/31 = 61,3%	12/31 = 38,7%
Gewalt/Destruktion	92/93 = 98,9%	76/92 = 82,6%	14/92 = 15,2%	79/93 = 85%	11/93 = 11,8%	83/92 = 90,2%	9/92 = 9,8%
Spieldauer	1/2 = 50%	1/1 = 100%	0/1 = /	1/2 = 50%	0/2 = /	0/1 = /	1/1 = 100%
Level-/Modianzahl	4/13 = 30,8%	3/4 = 75%	0/4 = /	4/13 = 30,8%	1/13 = 7,7%	3/4 = 75%	1/4 = 25%
Gegner-KI	14/19 = 73,7%	9/14 = 64,3%	6/14 = 42,9%	11/19 = 57,9%	7/19 = 36,9%	11/14 = 78,6%	3/14 = 21,4%
Schwierigkeit	16/35 = 4 5,7%	8/16 = 50%	8/16 = 50%	9/35 = 25%	14/35 = 40%	12/16 = 75%	4/16 = 25%
<b>Gesamt</b>	<b>237/474 = 50%</b>	<b>170/237 = 71,7%</b>	<b>44/237 = 18,6%</b>	<b>202/474 = 42,6%</b>	<b>67/474 = 14,1%</b>	<b>184/237 = 77,6%</b>	<b>53/237 = 22,4%</b>

Denn anders als im Film bedarf es keiner Emotionalisierung des Rezipienten durch die Opferdarstellung des virtuellen Alter Egos, um Gewalt als „spaßig“ wahr- und aufzunehmen. Es soll keine Identifikation mit den Charakteren erreicht werden; die durch Gewalt ausgelösten Gefühle kein Mittel sein, um Bedeutungen zu erschließen bzw. Filmhandlungen zu bewerten und genüsslich zu rezipieren.<sup>174</sup> Videospiele geht es hauptsächlich darum Kontrolle auszuüben und Fertigkeiten zu entwickeln<sup>175</sup>, denn „[...] grundsätzliches Spielprinzip jedes Computerspiels ist das Überwinden von Widerständen, um die Spielaufgabe zu erfüllen (...).“<sup>176</sup> Damit ist filmische Gewalt bezüglich ihrer Funktion nicht mit virtueller zu vergleichen. Es dürfte daher nicht auf eine möglichst exzessive Gewaltdarstellung innerhalb des Videospieldartikels hinsichtlich der Kauf- oder Spielentscheidung ankommen, sondern auf die Erfüllung der Erwartungshaltung seitens der Spieler nach Kontrolle gegenüber dem Regelwerk bzw. den im Spiel herrschenden Wirkungszusammenhängen. Virtuelle Gewalt wird nämlich nicht „(...) seriously as a representation of violence“<sup>177</sup> wahrgenommen.

<sup>174</sup> Vgl. Hausmanninger, Thomas (2002b): a. a. O. S. 240ff.

<sup>175</sup> Vgl. Aisbett, Kate/Durkin, Kevin: 5.1 Motivations for play. S. 123. [www.ag.gov.au/.../80000CPB+-+Computer+Games+and+Australians+Today+\(1999\)+-+Commissioned+Research256815.pdf](http://www.ag.gov.au/.../80000CPB+-+Computer+Games+and+Australians+Today+(1999)+-+Commissioned+Research256815.pdf) [Stand: 13. August 2007, 14:43].

<sup>176</sup> Ladas, Manuel (2002): 2.1.2 Spielerische Merkmale. S. 39.

<sup>177</sup> Aisbett, Kate/Durkin, Kevin: 5.2 The place of aggression in computer game play. S. 123.



Die erwartete subjektive und unkritische Berichterstattung der Gewaltakte im Spiel findet, wie in *Kapitel II, 2.6.4* beschrieben, zum Großteil nicht statt. Fast 78 Prozent aller gewalthaltigen Sätze sind von einer Distanz des Redakteurs zu der darin vorhandenen Gewalt geprägt. Vor allem in den Ausführungen zur Bedienung, den Destruktionsmöglichkeiten und der Spielgeschichte bleiben die Autoren meist sachlich. Die Beschreibung orientiert sich an den vom Spiel vorgegebenen Fakten und gibt diese ohne das Hinzufügen einer persönlichen Meinung wieder. Lediglich in violenten Sätzen zur feindlichen Intelligenz, zum Schwierigkeitsgrad, aber auch zur Grafik sind vermehrt undistanzierte Aussagen zu finden. Doch gerade diese Spielspaß bestimmenden Faktoren hängen erheblich von der individuellen Meinung, basierend auf der persönlichen Spielerfahrung, eines jeden Spielers – und eben auch Redakteurs – ab. Sie sind von vornherein eher „subjektive Kategorien“. Nun wird es davon abhängen, inwieweit sich die Spieler an der Meinung und Bewertung des Redakteurs bei der eigenen Spiel- und Kaufentscheidung orientieren, sie diesem eine „opinion-leader“-Rolle zuschreiben. Es stellt sich die Frage, ob eine Beeinflussung der Leser bezüglich ihrer Entscheidung an den gemessenen 22,4 Prozent von undistanzierten Sätzen liegen kann, sofern überhaupt eine Wirkung festzustellen ist. Mit diesen Fragen wird sich der zweite empirische Teil der Arbeit befassen (vgl. *Kap. II, 4.6.2*).

### ***3.6.6 Das Kategorienschema – eine Kritik***

Das verwendete Schema ist nicht perfekt und bedarf einer weiteren Ausdifferenzierung, um alle relevanten Aspekte in die Analyse mit einzubeziehen. Dazu gehört beispielsweise auch das Hinterfragen des eigentlichen Spielziels. Hierauf wird im gegenwärtigen Schema nicht eingegangen. Denn je nach Spielziel und Absicht müssen die Satzinhalte anders eingeordnet werden. So müssen gewalthaltige Sätze nicht zwingend den Zweck erfüllen, durch ihren Gewaltgehalt die Attraktivität des Spiels zu steigern. Jedoch wird dieser Malus durch die Kategorie der Redakteursdistanz teilweise ausgeglichen, indem zumindest zwischen Aussagen, die eine bloße Beschreibung der funktionellen Gewaltanwendung beinhalten oder Aussagen, die diese violenten Spielhandlungen subjektiv wiedergeben, unterschieden wird. Des Weiteren obliegt die Bedeutungsbeimessung dem kognitiven Realitätsmodell des Lesers, welches auf der individuellen Sozialisation bzw. auf in der Vergangenheit gemachte Erfahrungen und erlernte Informationen im Allgemeinen beruht.<sup>178</sup> Je nach Ausprägung können demnach Sätze einen anderen Bedeutungsgehalt annehmen. Vor diesem Hintergrund wäre es bisweilen sinnvoller, jeden zu untersuchenden Satz aus der Perspektive eines Spielers und Nicht-Spielers zu betrachten.

Darüber hinaus befasst sich das Kategorienschema ausschließlich mit dem Satzinhalt, woraus sich die zu erwartenden Konsequenzen, sprich Wirkungen auf den Leser ergeben. Doch hängt die Wirkung eines Textes nicht nur von dessen Inhalt ab. Auch formale Kriterien, wie es die Readability-Forschung beschreibt, beeinflussen den Informationstransfer und damit die letztendliche Auswirkung. Es kommt also auch auf die Verständlichkeit des Artikels und somit auf die ästhetische Wirkung beim Leser, die Verwendung von Fremdwörtern, die Satzstruktur und anderen Faktoren an, ob und wie Texte wirken.<sup>179</sup> Dies wäre bei einer erneuten Inhaltsanalyse zu beachten.

Hinzu kommt, dass der Satzlänge und der Intensität der darin enthaltenen Gewaltdarstellungen keine Beachtung geschenkt wurde. Jeder vollständige Satz wurde ebenbürtig behandelt. Es wäre jedoch mit Sicherheit qualitativ aussagekräftiger, würde man nochmals explizit auf die Art und die Stärke der Satzviolenz eingehen. Zusammen mit einer Bestimmung der Wichtigkeit der hier verwendeten Spielspasskriterien, könnten damit die

<sup>178</sup> Vgl. Früh, Werner: 1. Das subjektive Realitätsmodell. S. 85f.

<sup>179</sup> Vgl. Früh, Werner: A. Problemstellung. S. 18.

Kategorien verschieden gewichtet werden – je nach Inhalt und Länge. Dies wiederum würde die Konzeption des Fragebogens zur Wirkungsbestimmung beeinflussen bzw. darin könnte differenzierter auf die möglichen Gründe einer eventuellen Wirkung eingegangen werden. Ebenfalls nicht im Kategoriensystem enthalten ist die Berücksichtigung der individuell verschiedenen Autorenstile. Während der eine ohnehin zu einer „brutaleren“ Darstellung der Spielgeschehnisse neigt, bleibt der andere bei seinen Beschreibungen großteils nüchtern. Außerdem unterscheidet sich die Häufigkeit der getätigten Meinungsäußerungen von Redakteur zu Redakteur. So müsste es für jeden Autor einen eigenen Distanz-Koeffizienten geben, der die gewalthaltigen Sätze gemeinsam mit der Gewaltintensität gewichtet, um so allgemein gültige Aussagen zu treffen. Dies ist jedoch nur schwerlich realisierbar.

#### **4. Die Methode der schriftlichen Befragung**

Die zweite Säule des empirischen Teils der vorliegenden Arbeit ist die Methode der Befragung. Dabei wurde auf die Form eines schriftlich auszufüllenden Fragebogens einer homogenen Gruppe, in diesem Fall sind es vier Schulklassen, zurückgegriffen.<sup>180</sup> Bis auf eine Ausnahme handelt es sich ausschließlich um ganz geschlossene Fragen mit fest vorgegebenen Antwortmöglichkeiten.

##### **4.1 Begründung der Methodik**

Aufgrund der mannigfaltigen Fragestellungen, die sich zum Thema „Videospielartikel und Gewalt“ ergeben – angefangen von der Häufigkeit des Videospielkonsums bzw. der Rezeption der dazugehörigen Texte bis hin zur Meinungsführerrolle der Fachpublikationen – und der relativ großen Anzahl an Befragten bot sich der Einsatz eines voll-standardisierten Fragebogens an, der eher als ein nicht-standardisierter mit offenen Fragen dazu geeignet ist aufgestellte Annahmen zu überprüfen anstatt aus der offen Struktur *nach der Befragung* solche zu generieren.<sup>181</sup> Die angewandte Methodik ist also eine quantitative.

Im Zentrum der Untersuchung steht der mögliche Wirkungszusammenhang zwischen dem Lesen eines gewalthaltigen Videospielartikels und dem daraus folgendem Kauf des darin beschriebenen Spiels aufgrund der im Text beschriebenen Gewalt. Um diese Relation nachzuweisen, bedarf es eines ausreichend großen Samples. Deshalb erscheint das Heranziehen einer quantitativen Auswertungsmethode sinnvoll. Denn „[j]e mehr Personen [...] schriftlich [...] befragt werden, desto eher kommen dabei standardisierte Fragebögen zum Einsatz.“<sup>182</sup> Nicht zuletzt deshalb, weil *Annahme A<sub>5</sub>* darüber hinaus Aussagen bezüglich eines Wirkungsunterschiedes zwischen weiblichen und männlichen Befragten sowie zwischen unterschiedlich gebildeten Personen verlangt.

##### **4.2 Operationalisierung**

Die „Messbarmachung“ der aufgestellten Annahmen erfolgt mittels dazu passender Fragestellungen. Sie sind „(...) *das Bindeglied zwischen den Variablen der [Annahmen] und den Antworten.*“<sup>183</sup>

Der Fragebogen ist in drei Abschnitte eingeteilt. Der erste Bereich umfasst die Fragen nach der Bewertung und Einschätzung des gelesenen Artikels. Hierbei sei angemerkt, dass vor dem Ausfüllen des Fragebogens jeder Schüler einen Artikel über ein „Killerspiel“ las. Da je zwei

<sup>180</sup> Vgl. Kromrey, Helmut: 7.3.3 Die Lehre von der Frage und vom Fragebogen. S. 378. und Atteslander, Peter: 4.5 Schriftliche Befragung. S. 116.

<sup>181</sup> Vgl. Atteslander, Peter: 4.31 Offene und geschlossene Frage. S. 105.

<sup>182</sup> Eilders, Christiane: Befragung. S. 50.

<sup>183</sup> Friedrichs, Jürgen nach Kromrey, Helmut: a. a. O. S. 360.

9. Klassen einer Hauptschule und eines Gymnasiums an der Untersuchung teilnahmen, bekam die eine Klasse eines Schulzweigs jeweils einen gewalthaltigen Artikel, die andere einen von Gewaltausdrücken bzw. -inhalten „bereinigten“ Artikel – jedoch zum selben „Gewaltspiel“. Erst nach dem Lesen war der dazugehörige Fragebogen auszufüllen. Anhand *Abbildung 11* sind die Fragen nachzuvollziehen, die zunächst die allgemeine Wirkung bzw. den allgemeinen Eindruck der Leser vom jeweiligen Artikel darstellen sollen. Sie sind dazu gedacht bereits einen eventuellen Unterschied zwischen den Angaben derjenigen Leser mit „Gewaltartikel“ und derjenigen mit „neutralem“ Artikel festzustellen und davon eine grobe Wirkung abzuleiten. Aussagen über die letztendliche Spiel- oder Kaufentscheidung lassen sich damit jedoch nicht treffen.

Bei der Frageformulierung wurde – wie innerhalb des gesamten Fragebogens – die Form der direkten Frage herangezogen. Denn entscheidend für die Arbeit sind die persönlichen Antworten der befragten Schüler. Mit der direkten Ansprache sollte zudem gewährleistet werden, dass sich die Schüler in ihren Angaben ernst genommen fühlen, was wiederum ehrliche Antworten generieren würde. Die Beurteilungsskalen sind so angeordnet, dass das Ankreuzen von „Mittelangaben“ (wie sie z.B. bei numerischen Abstufungen von -2 bis +2 auftreten) vermieden wird. Außerdem wurde auf eine möglichst einfache Sprache bei Fragestellung und Antwortmöglichkeiten geachtet, um das Verständnis für alle Befragten – Hauptschüler und Gymnasiasten erhielten denselben Fragebogen – auf ähnlichem Niveau zu halten.

Abbildung 11: Teil 1 des Fragebogens

<b>I. Bewertung des Artikels</b>	
<b>1. Hat dir das Lesen des Artikels Spaß gemacht?</b>	
1 <input type="checkbox"/> sehr großen Spaß gemacht	2 <input type="checkbox"/> meistens Spaß gemacht
3 <input type="checkbox"/> weniger Spaß gemacht	4 <input type="checkbox"/> gar keinen Spaß gemacht
<b>2. Findest du den Artikel spannend geschrieben?</b>	
1 <input type="checkbox"/> sehr spannend	2 <input type="checkbox"/> meistens spannend
3 <input type="checkbox"/> weniger spannend	4 <input type="checkbox"/> gar nicht spannend
<b>3. Hat dich der Artikel vom Spiel überzeugt?</b>	
1 <input type="checkbox"/> sehr überzeugt	2 <input type="checkbox"/> meistens überzeugt
3 <input type="checkbox"/> weniger überzeugt	4 <input type="checkbox"/> gar nicht überzeugt
<b>4. Findest du den Artikel gewalthaltig?</b>	
1 <input type="checkbox"/> sehr gewalthaltig	2 <input type="checkbox"/> meistens gewalthaltig
3 <input type="checkbox"/> weniger gewalthaltig	4 <input type="checkbox"/> gar nicht gewalthaltig
<b>5. Findest du den Artikel abwechslungsreich geschrieben?</b>	
1 <input type="checkbox"/> sehr abwechslungsreich	2 <input type="checkbox"/> meistens abwechslungsreich
3 <input type="checkbox"/> weniger abwechslungsreich	4 <input type="checkbox"/> gar nicht abwechslungsreich
<b>6. Findest du den Artikel gruselig oder Furcht einflößend geschrieben?</b>	
1 <input type="checkbox"/> sehr gruselig	2 <input type="checkbox"/> meistens gruselig
3 <input type="checkbox"/> weniger gruselig	4 <input type="checkbox"/> gar nicht gruselig

Die vor den Antwortkästen platzierten Nummern dienen der späteren Auswertung mit Hilfe des Statistikprogramms SPSS und hatten für die Befragten keinerlei Bedeutung.

Die *Fragen 8 und 9* (vgl. *Abbildung 12*; *Frage 7* behandelte lediglich das Geschlecht) gehen direkt auf die Bereitschaft der Rezipienten ein das beschriebene Spiel nach dem Lesen zu kaufen oder nur zu spielen. Zwischen diesen beiden Fragen ist insofern ein Unterschied, als dass das Kaufinteresse als stärkerer Wirkungseffekt im Vergleich zur bloßen Spielbereitschaft angesehen wird. Der Spielkauf bedeutet nämlich eine bewusste längerfristige Auseinandersetzung mit dem Spiel als kurzzeitiges Anspielen.

Frage 10 ist die eigentliche Kernfrage. Sie orientiert sich am Kategorienschema und beinhaltet alle dort aufgeführten Spielspaß-Elemente. Dadurch sind die Vergleichbarkeit sowie das Herausfiltern der tatsächlichen Wirkung gewährleistet. Denn dadurch, dass zuvor inhaltsanalytisch der Gehalt in den einzelnen Kategorien ermittelt

wurde, kann nun anhand der Antworten erschlossen werden, ob eine violente Beschreibung eines Spiels eher zum Spielen oder Kaufen des „Killerspiels“ führt als ein auf Gewalt verzichtender Text zum selben Spiel. In gewisser Hinsicht ist diese Frage auch als Kontrollfrage anzusehen. Wurde zuvor die Bereitschaft zum Spielkauf angegeben, obwohl anschließend kein Spielspaßkriterium als Anreiz zum Erwerb ausgewählt wurde, sind die gemachten Angaben widersprüchlich und nicht vollständig als valide zu betrachten.<sup>184</sup>

Der dritte und letzte Teil des Fragebogens (siehe *Abbildung 13.1 und 13.2*) ist allgemeiner Natur und beschäftigt sich mit den Spielgewohnheiten, -präferenzen und -motivationen der befragten Schüler. Außerdem wird der Stellenwert der Fachpresse sowie Einzelheiten zur Wichtigkeit verschiedener Artikelelemente für die Leser der Magazine abgefragt. Den Anfang machen zwei Ausschlussfragen: Die Schüler sollen angeben, ob sie jemals ein Videospiel gespielt bzw. eine Videospielzeitschrift gelesen haben. Diejenigen, die beide Fragen verneinen, sollen die Befragung beenden, da sie die nachstehenden Fragen nicht beantworten können bzw. ihre Antworten nicht relevant sind. Insgesamt sollten die restlichen Fragen Gründe für eine eventuell festgestellte Wirkung liefern, so wie sie in den Forschungsfragen angenommen werden: Bei erfahrenen Spielern, die ohnehin „Killerspiele“ favorisieren, ist eine stärkere

Abbildung 12: Teil 2 des Fragebogens

II. Spiel- bzw. Kaufentscheidung	
<b>8. Würdest du nach dem Lesen des Artikels das Spiel mal anspielen wollen?</b>	
<input type="checkbox"/> 1 sehr große Lust	<input type="checkbox"/> 2 ziemlich Lust
<input type="checkbox"/> 3 kaum Lust	<input type="checkbox"/> 4 gar keine Lust
<b>9. Würdest du dir nach dem Lesen des Artikels das Spiel kaufen wollen?</b>	
<input type="checkbox"/> 1 sehr große Lust	<input type="checkbox"/> 2 ziemlich Lust
<input type="checkbox"/> 3 kaum Lust	<input type="checkbox"/> 4 gar keine Lust
<b>10. Würdest Du das Spiel spielen oder kaufen wegen ...</b>	
... der Grafik? (mehrere Antworten möglich)	
<input type="checkbox"/> 1 spielen	<input type="checkbox"/> 2 kaufen
<input type="checkbox"/> 3 keines von beiden	
... der Hintergrundmusik? (mehrere Antworten möglich)	
<input type="checkbox"/> 1 spielen	<input type="checkbox"/> 2 kaufen
<input type="checkbox"/> 3 keines von beiden	
... der Bedienungsart? (mehrere Antworten möglich)	
<input type="checkbox"/> 1 spielen	<input type="checkbox"/> 2 kaufen
<input type="checkbox"/> 3 keines von beiden	
... des Mehrspieler-Modus? (mehrere Antworten möglich)	
<input type="checkbox"/> 1 spielen	<input type="checkbox"/> 2 kaufen
<input type="checkbox"/> 3 keines von beiden	
... der Atmosphäre? (mehrere Antworten möglich)	
<input type="checkbox"/> 1 spielen	<input type="checkbox"/> 2 kaufen
<input type="checkbox"/> 3 keines von beiden	
... der Möglichkeit Gegenstände zu zerstören? (mehrere Antworten möglich)	
<input type="checkbox"/> 1 spielen	<input type="checkbox"/> 2 kaufen
<input type="checkbox"/> 3 keines von beiden	
... der Gewalt? (mehrere Antworten möglich)	
<input type="checkbox"/> 1 spielen	<input type="checkbox"/> 2 kaufen
<input type="checkbox"/> 3 keines von beiden	
... Story/Spielgeschichte? (mehrere Antworten möglich)	
<input type="checkbox"/> 1 spielen	<input type="checkbox"/> 2 kaufen
<input type="checkbox"/> 3 keines von beiden	
... der Spieldauer? (mehrere Antworten möglich)	
<input type="checkbox"/> 1 spielen	<input type="checkbox"/> 2 kaufen
<input type="checkbox"/> 3 keines von beiden	
... der Levelanzahl? (mehrere Antworten möglich)	
<input type="checkbox"/> 1 spielen	<input type="checkbox"/> 2 kaufen
<input type="checkbox"/> 3 keines von beiden	
... der verfügbaren Waffen? (mehrere Antworten möglich)	
<input type="checkbox"/> 1 spielen	<input type="checkbox"/> 2 kaufen
<input type="checkbox"/> 3 keines von beiden	
... der intelligenten Computer-Gegner? (mehrere Antworten möglich)	
<input type="checkbox"/> 1 spielen	<input type="checkbox"/> 2 kaufen
<input type="checkbox"/> 3 keines von beiden	

<sup>184</sup> Vgl. Kromrey, Helmut: a. a. O. S. 373. und Atteslander, Peter: 4.33 Andere Fragearten. S. 114.

Beeinflussung gegeben. Männliche Jugendliche spielen eher Spiele, in denen Macht und Herrschaft, z. B. durch Gewaltanwendung, ausgeübt werden, als Frauen. Videospiele, die regelmäßig Videospielmagazine lesen, orientieren sich auch an den darin getätigten Aussagen.

Abbildung 13.1: Teil 3 des Fragebogens

**III. Allgemeine Fragen**

**11. Hast du schon einmal Videospiele gespielt?**

ja       nein

**12. Liest du Videospelzeitschriften?**

ja       nein

**13. Wie oft spielst du Videospiele?**

regelmäßig       häufig       gelegentlich       selten

**14. Welche der folgenden Spielarten spielst Du am liebsten? (Mehrere Antworten sind möglich)**

Rennspiele (z.B. Need for Speed, Gran Turismo)

Sportspiele (z.B. FIFA, NBA, Tennis etc.)

Action-Adventure (z.B. Zelda, God of War)

Rollenspiele (z.B. Final Fantasy, Pokémon)

Ego-Shooter (z.B. Far Cry, Call of Duty, Half-Life)

Kampfspiele (Tekken, Virtua Fighter, Mortal Kombat)

Puzzle-/Geschicklichkeitsspiele (z.B. Tetris, Gehirn-Training, Bust-a-Move)

Strategiespiele (z.B. Command & Conquer, Anno, Die Siedler)

Simulationsspiele (z.B. Die Sims, Nintendogs, Animal Crossing)

**15. Nenne bitte die drei Videospiele, die Du zuletzt gespielt hast:**

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

All dies können mögliche Einflussfaktoren für eine noch zu analysierende Wirkung sein. *Frage 15* ist die einzig offene Frage im ansonsten voll-standardisierten Fragebogen. Doch auch darin kann ein solcher Fragetypus seinen Nutzen haben. Sie eignen sich nämlich „(...) zur Auflockerung [...] sowie zur Abrundung eines im übrigen mit geschlossenen Fragen abgehandelten Themas (...).“<sup>185</sup> Und genau diese Funktion übernimmt sie auch. Nachdem in der zuvor gestellten Frage nach den Genrepräferenzen der Schüler gefragt wird, soll diese offene Antwortmöglichkeit obige Frage abschließen und gleichzeitig die dort getätigten Aussagen bestätigen. *Frage 15* ist somit zum Teil auch eine Kontrollfrage. Im Übrigen werden die aufgeführten Spiele in SPSS nicht via String-Verfahren, welches für offene Antworten vorgesehen ist, eingegeben, sondern jedes Spiel bekommt anhand der in *Frage 14* festgelegten Genre-Nummerierung eine dementsprechende Kennziffer zugewiesen. Es zählt demnach nicht der Inhalt des genannten Spiels, sondern lediglich die Art.

<sup>185</sup> Kromrey, Helmut: a. a. O. S. 365/366.

Abbildung 13.2: Teil 3 des Fragebogens

**16. Warum spielst du gerne Videospiele? (Mehrere Antworten sind möglich)**

1 Weil mich Spiele gut und lange unterhalten  
 2 Weil man damit auch mit Freunden zusammen spielen kann  
 3 Weil ich die Grafik der Spiele oft gut finde  
 4 Weil ich die Herausforderung gegen Computer-Gegner gewinnen zu müssen mag  
 5 Weil ich so Sachen machen kann, die normal verboten wären (Gegenstände zerstören etc.)  
 6 Weil ich die Musik der Spiele oft gut finde  
 7 Weil mich die erzählte Geschichte fesselt/motiviert  
 8 Weil ich so auch einmal reale Waffen ausprobieren kann

**17. Wie informierst Du Dich über Spiele? (Mehrere Antworten sind möglich)**

1 in Fachzeitschriften (GamePro, MAN!AC, GameStar, Screenfun usw.)  
 2 im Internet  
 3 über Freunde  
 4 in Videotheken  
 5 im Kaufhaus  
 6 gar nicht

**18. Wenn Du Artikel in Videospielezeitschriften liest, was ist Dir dabei besonders wichtig? (Mehrere Antworten sind möglich)**

1 die Bewertung des Spiels  
 2 die Artikel müssen die Atmosphäre des Spiels gut rüberbringen  
 3 die Artikel müssen über die Grafik berichten  
 4 die Artikel müssen über die Musik berichten  
 5 die Artikel müssen über die Levelanzahl berichten  
 6 die Artikel müssen über verschiedenen Spielmodi berichten (Einzel-/Mehrspieler)  
 7 die Artikel müssen über die vorhandenen Waffen berichten  
 8 die Artikel müssen über die Story/Spielgeschichte berichten  
 9 die Artikel müssen über die Action im Spiel berichten  
 10 die Artikel müssen über die Zerstörungsmöglichkeiten im Spiel berichten  
 11 Artikel müssen über die Schwierigkeit des Spiels berichten  
 12 die Meinung der Redakteure zum Spiel

Die 16. Frage bezieht sich auf die konkreten Anlässe zu einem (nicht näher spezifizierten) Videospiel zu greifen. Die Antworten ermöglichen einerseits (eingeschränkte) Schlüsse auf die Lebenswelten der Jugendlichen<sup>186</sup>, andererseits zeigen sie mögliche Zusammenhänge zwischen persönlichen Einstellungen der Spieler, inhaltliche Präferenzen und der Bevorzugung gewalthaltiger Artikel auf.

<sup>186</sup> Die Lebenswelt eines Individuums besteht aus konstruktivistischer Sichtweise aus mehreren Wirklichkeiten, wozu die „reale“, „mediale“, „mentale“, „virtuelle“ Welt und die „Traum- und Spielwelt“ zählen. Darin verarbeitet jedes Subjekt bestimmte Sinneserfahrungen und (Reiz-)Eindrücke bzw. ordnet dies der jeweiligen Welt zu. Motivationen zur Videospieldnutzung entstehen nun aufgrund bisher gemachter (Welt-)Erfahrungen und den Inhalten der Videospiele. Dabei werden Spiele „*lebenstypisch*“ ausgewählt. Es findet demnach ein Transfer zwischen den Lebenswelten, eine strukturelle Koppelung, statt, welche die Interessen des Nutzers mit dem Angebot des Videospieles verknüpft. **Vgl. Ladas, Manuel (2002):** 3.1 Konstruktion von Wirklichkeit. S. 74-80. / 3.2 Transferprozesse zwischen verschiedenen Wirklichkeiten. S. 81-89. / 3.3.2 Motivation. S. 94f. **und Fritz, Jürgen (2003d):** So wirklich wie die Wirklichkeit. S. 6-20.



Die letzten beiden Fragen zielen zum einen auf den Stellenwert der Videospiefachpresse im Vergleich zu anderen Informationsmedien bzw. -möglichkeiten, zum anderen auf eine gewisse Meinungsführerschaft der Zeitschriften bei ihrer Leserschaft ab. Orientieren sich die Leser an der Bewertung und Meinung des Redakteurs? Dies wäre wiederum ein Hinweis darauf, dass wenig distanzierte Abschnitte in den Artikeln Einfluss auf die Kauf- bzw. Spielentscheidung nehmen könnten. Daneben gibt die Frage auch Auskunft über den Stellenwert der einzelnen Spielspaßkriterien, die den Kategorien des Analyseschemas entsprechen. Legt ein Leser auf eine bestimmte Kategorie besonders Wert, lässt er sich darin vermutlich auch – in Ermangelung persönlich gemachter Erfahrung – vom Redakteur beeinflussen. Deshalb ist diese Frage auch in Zusammenhang mit den Ergebnissen von *Frage 10* zu betrachten und zu interpretieren.

### 4.3 Die Feldphase

Die Durchführung der schriftlichen Befragung fand in drei Etappen statt. Zunächst wurde eine 9. Klasse des Holbein-Gymnasiums in Augsburg befragt. Anschließend fand nacheinander die Befragung der zwei Hauptschulklassen der 9. Jahrgangsstufe in der Kapellenschule im Augsburger Stadtteil Oberhausen statt.<sup>187</sup> Zu einem dritten Termin komplettierte eine weitere 9. Klasse des Holbein-Gymnasiums das Untersuchungssample.

Der Ablauf gestaltete sich dabei stets nach demselben Muster. Nach der Einführung durch die Lehrkraft, mit denen zuvor per E-Mail, Telefon oder persönlich das Vorhaben besprochen wurde, stellte sich der Autor der Klasse vor. Anschließend wurde den Schülern grob erklärt, was sie in den nächsten Minuten erwartet. Hier gab es für die Schüler nur den Hinweis, dass ihre Aufgabe in der Bewertung eines Videospielartikels lag. Dazu bekamen sie zunächst den zu lesenden Text und anschließend einen auszufüllenden Fragebogen. Mehr wurde den Anwesenden nicht mitgeteilt. Dadurch sollten störende Einflussfaktoren, die sich in einem entsprechend veränderten Antwortverhalten niederschlagen könnten, vermieden werden. Wäre der Klasse z.B. im Vorfeld mitgeteilt worden, es würde der Einfluss von gewalthaltigen Artikeln auf Jugendliche im Vergleich zu neutral verfassten Texten ermittelt, wäre mit stark verzerrten Angaben zu rechnen gewesen. Die Klassen mit dem „Gewaltartikel“ hätten die Fragen wahrscheinlich so beantwortet, dass möglichst keine Beeinflussung erkennbar gewesen wäre.

Es wurde vor dem Austeilen der Artikel darauf hingewiesen, dass die Befragung anonym abläuft. Keiner der Schüler solle bzw. müsse seinen Namen auf den Fragebogen schreiben. Für die Datenauswertung sei es unerheblich, wer welche Angaben gemacht habe. Zudem wurden die Jugendlichen gebeten nicht vom Nachbarn abzuschauen, sondern nach eigenem besten Wissen und Gewissen die Fragen zu beantworten. Es zähle nämlich erstens nur die persönliche Meinung jedes einzelnen Schülers, zweitens gebe es auf die Antworten keine Noten, weshalb „Spicken“ ohnehin nichts bringe. Falls jemand eine bereits getätigte Angabe durch eine andere Antwort ersetzen möchte, müsse das entsprechende Kästchen deutlich sichtbar durchgestrichen, das „korrekte“ angekreuzt und zusätzlich mit einem darunter gesetzten Strich als nun geltende Antwort erkennbar gemacht werden. An diese, an der Tafel visualisierte Vorgabe hielten sich auch alle Schüler.

Zuletzt wurde das Plenum gebeten bei eventuell noch vorhandenen Fragen diese an den Autor zu richten. Dies war jedoch bei keiner der vier Klassen der Fall. Schließlich teilte er zunächst die für die Klasse bestimmten Artikel aus. Während die Schüler die Texte lasen, wurden die dazugehörigen Fragebögen umgedreht auf den Tischen platziert. Dies geschah deshalb nicht

---

<sup>187</sup> 1. Befragung (Gymnasium) am 27. Juni 2007 mit gewalthaltigem Artikel. 2./3. Befragung (Hauptschule) am 12. Juli 2007 mit gewalthaltigem und neutralem Artikel. 4. Befragung (Gymnasium) am 20. Juli 2007 mit neutralem Artikel.

nach dem Lesen, weil die Erinnerungsleistung und damit auch die Informationsverarbeitung und Textwirkung möglichst hoch gehalten werden sollte. Da in einer Gruppe keine homogene Lesegeschwindigkeit vorherrscht, hätten manche Schüler auf die anderen warten müssen, was zu einer Beeinflussung in deren Antworten hätte führen können.

Den Schülern wurde keine Zeitvorgabe gegeben. Theoretisch stand eine ganze Schulstunde zur Verfügung. In der Regel dauerte das Lesen samt Beantwortung rund 30 Minuten. Sobald ersichtlich war, dass eine Mehrheit zu Ende geschrieben hatte, wurden die ausgefüllten Bögen eingesammelt. Die restlichen Schüler wurden in der Zeit des Einsammelns fertig.

Nun fand eine Information der Klassen über den eigentlichen Zweck der Untersuchung statt. Die restlichen Minuten wurden zur Diskussion hinsichtlich der Gewalt in Video- und Computerspielen und deren Auswirkung auf die Spieler genutzt, an denen sich die Schüler zumeist rege beteiligten.

Drei der vier Lehrkräfte waren während der Befragung zu jeder Zeit anwesend, eine verließ für einige Minuten das Klassenzimmer. Wiederum drei Lehrer setzten sich zur Klasse hinein, einer blieb vorne am Pult stehen. Auch sie bekamen – auf eigenen Wunsch – den Artikel und Fragebogen, füllten diesen jedoch nicht aus.

#### 4.4 F.E.A.R. – Der Befragungsgegenstand

Der von den Schülern zu lesende Artikel gehört nicht zum Stichprobenumfang der Inhaltsanalyse, da diese erst nach der Befragung der Schulklassen ihren vollständigen Abschluss fand. Aus diesem Grund wurde der bereits im Pretest verwendete Artikel zum Ego-Shooter „F.E.A.R.“<sup>188</sup> herangezogen. Dieser wurde gemäß dem angefertigten Kategorienschema ebenfalls auf seinen Gewaltgehalt hin überprüft (vgl. *Abbildung 14*<sup>189</sup>).

Abbildung 14: Ergebnis der Inhaltsanalyse des Ego-Shooters „F.E.A.R.“ (Eigene Darstellung; Werte gerundet)

	g/insgesamt	gt	go	t/insg.	o/insg.	+d/g	-d/g
<b>Bedienung/Gameplay</b>	57,1%	75%	25%	42,8%	14,3%	50%	50%
<b>Story/Atmosphäre</b>	13,9%	20%	40%	13,9%	55,5%	80%	20%
<b>Gewalt/Destruktion</b>	100%	87,5%	/	87,5%	/	31,3%	68,8%
<b>Gegner-KI</b>	40%	100%	/	60%	20%	/	100%
<b>Schwierigkeit</b>	50%	/	100%	/	50%	100%	/
<b>Gesamt</b>	<b>38,4%</b>	<b>74,1%</b>	<b>14,8%</b>	<b>34,2%</b>	<b>31,5%</b>	<b>42,9%</b>	<b>57,1%</b>

Demnach beschreiben mehr als 38 Prozent aller im Artikel enthaltenen Sätze gewalthaltige Szenen, von denen rund dreiviertel die Rolle des Gewalt ausübenden Täters repräsentieren. Sobald der Redakteur jedoch die Atmosphäre des Spiels wiedergibt, versetzt er den Leser in die Position des Opfers. Ein Grund hierfür könnte womöglich die Legitimation der vom Spieler anzuwendenden Gewalt sein. Sieht er sich doch einer Macht mit paranormalen Fähigkeiten gegenüber, die seine Kollegen nach und nach ermodert. Diese dürfte beim Leser zu einer Mischung aus Angst und Rachegefühlen und letztendlich zu einer vom Rezipienten akzeptierten Anwendung körperlicher Gewalt führen.<sup>190</sup> Diese Dialektik von Opfer- und Täterperspektive lässt sich dann auch in der Darstellung der Gewalthandlungen sehen. Dort überwiegt mit knapp 88 Prozent die Sicht des Täters.

<sup>188</sup> Vgl. *Maniac 1/2007*: F.E.A.R. S. 90-91.

<sup>189</sup> Bei *Abbildung 14* wurde auf eine ganzheitliche Darstellung des Kategoriensystems verzichtet. Es wurden nur die Kategorien berücksichtigt, die bemerkenswerte Ergebnisse lieferten und auch für die spätere Analyse der Fragebögen relevant sind. Die komplette Tabelle findet sich im Anhang.

<sup>190</sup> Vgl. *Grimm, Jürgen (2002)*: Dreigliedriges Modell der Opferrezeption. S. 173f.

Bemerkenswert ist auch der starke Einfluss der Redakteursmeinung. Mehr als 57 Prozent des Artikels sind in wenig distanzierter Form verfasst und von Kommentaren des Autors durchzogen. Gerade bei den Sätzen, die sich explizit mit den Gewaltakten des Spiels auseinandersetzen, ist der Text wertend. Dies ist insofern für die folgende Analyse der Fragebögen von Interesse, als dass damit ein Zusammenhang zwischen Redakteurs- und späterer Lesermeinung zum Spiel ermittelt werden könnte.

Während eine Hauptschul- und eine Gymnasialklasse diesen Artikel zu lesen bekamen (Text siehe Anhang), wurden die beiden anderen mit einer von allen Gewaltaspekten befreiten Version konfrontiert. Dazu wurden gewalthaltige Sätze entweder gänzlich gestrichen oder nur die darin vorkommenden Gewaltausdrücke entfernt. Bei Bedarf, z.B. wenn durch das Streichen der Satz für sich genommen keinen Sinn mehr ergab, ersetzten neutrale Begriffe die ursprünglichen violenten: So wurde aus

*„Besonders spektakulär werden die knallharten Schießereien durch den Einsatz der aktuell angesagten Zeitlupe.“<sup>191</sup>*

das abgemilderte

*„Besonders spektakulär wird das Spielgeschehen durch den Einsatz der aktuell angesagten Zeitlupe.“<sup>192</sup>*

Insgesamt wurde darauf geachtet, dass die Länge der beiden Texte vergleichbar bleibt. Der „Gewaltartikel“ weist genau 6.405 Zeichen inklusive Leerzeichen auf. Die geänderte neutrale Variante kommt auf 6.341 Zeichen mit Leerzeichen. Dies ist deshalb wichtig, da die Informationsverarbeitung und Textwirkung nicht nur von Subjektvariablen, sondern in hohem Maß auch von formalen Textmerkmalen abhängig ist. Die Anzahl der Wörter, ihre Frequenz und deren Bekanntheit bzw. Vertrautheit sind dabei ebenso entscheidend wie die Länge der Sätze, deren Monotonie und Verschachtelung.<sup>193</sup> Zudem wurde bei etwaigen Ergänzungen versucht die im Originaltext verwendete Perspektive beizubehalten, um Störeffekte auszuschließen.

#### **4.5 Mögliche (störende) Einflussfaktoren**

Natürlich ließ es sich jedoch nicht vermeiden, dass aufgrund einiger Kürzungen die Satzlängen und die Komplexität des Satzbaus (= Verschachtelung) in den beiden Versionen zum Teil divergieren. Doch in beiden Fällen kann man ob des geringen Unterschieds eine dadurch unterschiedliche Wirkung bei den Lesern wohl negieren, zumal der Textfaktor der Satzlänge ohnehin nur geringe Auswirkungen auf das Verständnis und die Erinnerungsleistung der Rezipienten zu haben scheint. Zwar gibt es hier durchaus bildungsspezifische Unterschiede, und vor allem die Satzverschachtelung beeinflusst das Textverständnis erheblich<sup>194</sup>, doch handelt es sich bei dem zu lesenden Artikel nicht um eine wissenschaftliche Abhandlung, sondern um die Beschreibung eines Videospieles, welche eine bestimmte Zielgruppe nicht von vornherein durch lange und schwer zu verstehende Sätze ausschließt.

Hinsichtlich der Geläufigkeit des Vokabulars sind aber deutlichere Unterschiede in der Rezeptionseffizienz zu erwarten. In der Regel vermindert sich das Textverständnis je mehr Fach- und Fremdwörter verwendet werden. Vor allem Leser mit geringer Bildung verstehen

<sup>191</sup> Vgl. **Maniac 1/2007**: a. a. O.

<sup>192</sup> Die neutrale Version des Artikels zu „F.E.A.R.“ findet sich im Anhang.

<sup>193</sup> Vgl. **Früh, Werner**: II. Spezifische Textwirkungen: Effekte des Reizpotentials. Die Variation formaler Textmerkmale und ihre Wirkungen. S. 179-201.

<sup>194</sup> **ibidem**. S. 194f.

solche Texte meist schlechter.<sup>195</sup> Als auf Videospiele spezialisierte Zeitschrift ist die „MAN!AC“ als Fachpublikation anzusehen. Deshalb verwundert auch die häufige Verwendung Videospiel-typischen, häufig englischen Vokabulars nicht. Dies dürfte zu einer doppelten Verständnisproblematik führen: zum einen aufgrund der Bildung (Gymnasiasten vs. Hauptschüler) sowie der Spiel-/bzw. Leseerfahrung (Spieler vs. Nicht-Spieler). Demnach müssten Hauptschüler, die keine Erfahrung im Umgang mit Videospiele bzw. der Fachliteratur haben, den Artikel – egal ob gewalthaltig oder neutral – schlechter als alle anderen verstehen. Inwiefern sich dies auf die Artikelbewertung niederschlägt, wird sich bei der Datenaufbereitung zeigen.

Auch im Laufe der Feldphase kam es zu Störungen, die Einfluss auf die Rezeption und auch Textwirkung haben könnten. Einige wenige Schüler schauten trotz der Bitte um Unterlassung gegenseitig voneinander ab. Dies konnte jedoch nur beobachtet und in der darauf folgenden Dateneingabe in SPSS nicht mehr nachvollzogen werden. Andere wiederum störten, nachdem sie den Fragebogen zu Ende ausgefüllt hatten, durch lautes Sprechen die Untersuchungssituation. Dies könnte sich eventuell in der Konzentration und damit der effizienten Informationsaufnahme und -verarbeitung niederschlagen und die Ergebnisse verzerren. Generell waren Aufmerksamkeit und Motivation in den Gymnasialklassen höher, weshalb auch von einer „besseren“ Verarbeitung bei diesen Schülern ausgegangen wird. Innerhalb der Hauptschule gab es zwischen den beiden 9. Klassen jedoch große Unterschiede. Dies ist wohl auf die unterschiedliche Präsenz der Lehrkraft sowie eine jeweils andere Sitzordnung<sup>196</sup> zurückzuführen. Beides beeinflusste die Konzentration erheblich. Deshalb ist es insgesamt fraglich, ob eine Klassensituation das am besten geeignete Feld für eine solche Befragung ist. Vielleicht wären Einzelbefragungen besser gewesen, um die Textwirkung zu ermitteln. Schließlich stellt dies auch den Regelfall beim „normalen Lesen“ dar.

Ein Kritikpunkt der Untersuchung und mögliche Störvariable ist die Beschränkung auf Spieltitel, die offiziell erst ab 18 Jahren erwerbbar sind. Deshalb könnte das Problem auftreten, dass man durch die Altersgruppe der Befragten eben nicht die Zielgruppe der Spiele und der dazugehörigen Artikel abfragt. Doch die JIM-Studie zeigt, dass 73 Prozent der Hauptschüler und 80 Prozent der Gymnasiasten angeben, *ganz einfach* bis *einfach* an Spiele zu gelangen, für die sie eigentlich zu jung sind.<sup>197</sup> Zudem ist der Artikel zum Spiel von Interesse und dieser ist in der Zeitschrift frei für jedermann zugänglich.

Zuletzt sei auf eine potenziell vorhandene Suggestivwirkung mancher Fragen hingewiesen. So könnte man den Antwortmöglichkeiten auf *Frage 16* Beeinflussung unterstellen, da sie entweder einseitig den positiven oder negativen Aspekt betonen.<sup>198</sup> Auch *Frage 4* könnte aufgrund der sozialen (Un-)Erwünschtheit problematisch sein. Außerdem wissen die Jugendlichen von der öffentlichen Diskussion um gewalthaltige Video- und Computerspiele und dürften sich auch in ihrem Antwortverhalten danach ausrichten bzw. sich überhaupt

---

<sup>195</sup> **ibidem.** S. 196.

Ein Hauptschullehrer gab vor der Durchführung der Untersuchung ebendies zu bedenken. Er erwartete, dass die Klasse den Artikel als schwer verständlich ob der vielen Fremdwörter empfinden werde. Zwar kamen dann keinerlei Fragen seitens der Klasse auf, obwohl die Klärung von unverständlichen Worten angeboten wurde, doch ist dies möglicherweise auf das Phänomen des sozialen Gruppendrucks, wie es das Asch-Experiment bewies, und der daraus entstehenden Schweigespirale zurückzuführen. **Vgl. Brettschneider, Frank:** Das Asch-Experiment. S. 17-25.

<sup>196</sup> In der einen 9. Klasse waren alle Tische und Stühle frontal zur Tafel und Lehrkraft gerichtet, während in der anderen Klasse auch „Gruppentische“ gebildet wurden.

<sup>197</sup> **Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest:** 9.3 Computerspiele und Jugendmedienschutz. Computerspiele mit Altersbegrenzung. S. 34.

<sup>198</sup> Die Antwort „Weil ich die Grafik der Spiele oft gut finde“ macht nur den positiven Aspekt explizit, während die Antwort „Weil ich so Sachen machen kann, die normal verboten wären“ nur auf den negativen, sozial unerwünschten Aspekt eingeht und somit die Wahrscheinlichkeit des Ankreuzens dieser Antwort sinkt. **Vgl. Atteslander, Peter:** 4.2 Der Einfluß der Frage auf die Antwort. S. 101-104.

anders verhalten als dies bei einem intimeren, nicht-standardisierten Interview der Fall gewesen wäre.

#### 4.6 Auswertung des Fragebogens

Bei der vorliegenden Befragung handelt es sich um eine Teilerhebung. Die Auswahl der Elemente der Grundgesamtheit N, die in unserem Fall der Anzahl aller 9. Klassen der Hauptschule und des Gymnasiums in Deutschland entspricht, erfolgte nicht durch eine Zufallsstichprobe. Zwar wurden die Klassen zufällig ausgewählt, nicht aber die Schulen. Nicht jedes Element hatte demnach dieselbe Chance in die Stichprobe aufgenommen zu werden. Somit ist die erhobene Teilmenge nicht als ein verkleinertes und strukturgleiches Abbild der Gesamtmenge anzusehen. Die Repräsentativität ist nicht gewährleistet.<sup>199</sup>

##### 4.6.1 Allgemeine Befunde

###### 4.6.1.1 Gymnasiasten haben viereckigen Augen

Insgesamt nahmen 96 Schüler der 9. Jahrgangsstufen aus den ausgewählten Schulen an der Befragung teil. Davon waren 31 weiblich, 65 männlich. Auf den Schultyp bezogen fanden sich 17 weibliche und 24 männliche Personen aus der Hauptschule, 24 junge Frauen und 41 junge Männer aus den Gymnasialklassen. Die überwiegende Anzahl der männlichen Teilnehmer ist wohl auch für den hohen Anteil an Befragten, die Erfahrungen im Umgang mit Videospiele aufweisen können, verantwortlich. Lediglich vier weibliche Jugendliche aus einer neunten Hauptschulklasse kamen noch nie mit Videospiele in Kontakt. Diese geringe Anzahl an „Nicht-Spielern“ mag aber auch mit der seit einiger Zeit steigenden Anzahl an Spielerinnen zu tun haben. Mittlerweile gibt es sogar eine eigene Fachzeitschrift, die sich ausschließlich an weibliche Spieler richtet<sup>200</sup> und damit dieser stark wachsenden Zielgruppe Rechnung trägt.<sup>201</sup>

Abbildung 15: Videospieldnutzung nach Geschlecht und Schultyp in %

Schultyp			% von Geschlechtsangabe	
			maennlich	weiblich
Gymnasium	Videospieldnutzung	regelmassig	61,0%	7,1%
		haeufig	22,0%	7,1%
		gelegentlich	14,6%	28,6%
		selten	2,4%	57,1%
	Gesamt		100,0%	100,0%
Hauptschule	Videospieldnutzung	keine Angabe	4,2%	35,3%
		regelmassig	41,7%	
		haeufig	25,0%	
		gelegentlich	25,0%	17,6%
	selten	4,2%	47,1%	
Gesamt		100,0%	100,0%	

<sup>199</sup> Vgl. Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friederike: Auswahlverfahren I. S. 78-86.

<sup>200</sup> Das Magazin „play vanilla“ wird von Computec Media in einer Druckauflage von 700 000 Exemplaren produziert. Vgl. Computec Media (2007) : play vanilla geht an den Start.

<http://www.computec.de/index.cfm?menu=0106> [Stand: 19. August 2007, 15:58].

<sup>201</sup> Nach einer aktuellen Studie von Electronic Arts und Jung von Matt ist die Hälfte der Freizeitspieler, die rund 54% der werberelevanten Zielgruppe ab 14 Jahren aufwärts stellen, weiblich. Bei der tragbaren Spielkonsole „Nintendo DS“ sind sogar 60% der Spieler Frauen. Vgl. Jung von Matt/Electronic Arts/GEE Magazin.: Der Freizeitspieler. S. 14. <http://www.spielplatz-deutschland.de/> [Stand: 19. August 2007, 17:03].



Die hier befragten Schülerinnen spielen jedoch, wie erwartet wurde, in ihrer Freizeit größtenteils nur gelegentlich oder selten – egal welcher Schultypus besucht wird, wie *Abbildung 15* zeigt.

Bei den Nutzungsgewohnheiten der Jungen ergeben sich im Vergleich interessantere Ergebnisse. So wenden männliche Schüler mit höherem Bildungsgrad wesentlich mehr Zeit für Videospiele auf als ihre Hauptschul-Kameraden. 61 Prozent der Gymnasialschüler, aber nur 41,7 Prozent der männlichen Hauptschüler spielen regelmäßig. Dies liegt womöglich an der finanziellen bzw. sozialen Situation der Schüler bzw. des Elternhauses oder auch an der für die Schule aufzuwendende Zeit – je nach individuellem Leistungsvermögen. Die genauen Gründe hierfür sollen aber nicht Gegenstand der Untersuchung sein. Die eben vorgestellten Zahlen sind aber zur Klärung einiger Zusatzannahmen von Relevanz.

#### 4.6.1.2 Hauptschüler – Freunde als Info-Zapfsäule

Hinsichtlich der Nutzung von Fachzeitschriften gestaltet sich ein ähnliches Bild (vgl. *Abbildung 16*): 56,1 Prozent der männlichen und immerhin mehr als ein Fünftel der weiblichen Gymnasiasten haben schon einmal bzw. öfters Videospieldmagazine gelesen, wohingegen nur ein Drittel der männlichen Hauptschüler dies tun.<sup>202</sup>

**Abbildung 16: Videospieldmagazinerfahrung nach Geschlecht und Schultyp in %**

Schultyp			% von Geschlechtsangabe	
			maennlich	weiblich
Gymnasium	Videospieldmagazinerfahrung	ja	56,1%	21,4%
		nein	43,9%	78,6%
	Gesamt		100,0%	100,0%
Hauptschule	Videospieldmagazinerfahrung	keine Angabe		5,9%
		ja	33,3%	
		nein	66,7%	94,1%
Gesamt			100,0%	100,0%

Weibliche Hauptschüler, die Fachpublikationen lesen, sind im Untersuchungssample nicht zu finden. Die häufigere Nutzung entsprechender Zeitschriften durch Schüler mit höherer Bildung wird hauptsächlich monetäre Ursachen, welche auf das Milieu des sozialen Umfeldes zurückzuführen sind, haben. Diese Vermutung unterstützen die Angaben bezüglich der Freunde als Informationsmedium. Hauptschüler nutzen zu 73,2 Prozent den Freundeskreis um in Sachen Videospiele auf dem Laufenden zu bleiben. Damit ist das eigene Umfeld die am häufigsten genutzte Quelle im Vergleich zu Internet (48,8 Prozent), Kaufhäusern (19,5 Prozent) und Videotheken (7,3 Prozent).

Es muss weiterhin beachtet werden, dass obige Abbildung lediglich danach fragt, ob der jeweilige Schüler *überhaupt schon einmal* in diesen Magazinen geblättert hat. Dazu müssen diese nicht zwangsläufig erworben werden. Der Gang in einen Zeitschriftenladen oder eine Bibliothek genügt für einen kostenlosen Blick. Doch die Videospieldmagazine als Informationsquelle scheint in dieser Gruppe allgemein wenig relevant zu sein. Nur 12,2 Prozent der Hauptschüler geben an, sich darüber mit Neuigkeiten aus der Videospieldbranche

<sup>202</sup> Insgesamt betrachtet nutzen 47,3% der Gymnasiasten bzw. 19,5% der Hauptschüler Videospieldmagazine (Berechnungen auf Basis des eigenen Datensatzes; Datensatz und Ausgabedatei mit allen errechneten und herangezogenen (nicht) abgebildeten Tabellen befinden sich auf der beiliegenden CD-ROM).



zu versorgen. 45,5 Prozent der Gymnasiasten halten die Fachpublikationen jedoch für ein wichtiges Informationsmedium.<sup>203</sup>

#### 4.6.2 Die Wirkungsfrage – eine Frage der Gewalt?

Um nun einen Einfluss der in Artikeln vorkommenden Beschreibungen von Gewaltakten auf die Leser im Vergleich zu einem davon „bereinigten“ Text festzustellen, wurden die Schüler nach dem Lesen gebeten ihre Bereitschaft das Spiel zu spielen anhand einer Skala von *sehr große Lust* bis *gar keine Lust* zu bewerten. Gemäß *Annahme A<sub>4</sub>* müssten die Leser des gewalthaltigen Artikels eher Lust verspüren, den beschriebenen Ego-Shooter zu spielen. Insgesamt lasen von den 55 befragten Gymnasiasten 29 den „Gewaltartikel“ und 26 den neutralen. An der Hauptschule bekamen 20 Schüler den violenten und 21 den veränderten Artikel zu lesen.

##### 4.6.2.1 Die Spielentscheidung

Abbildung 17 liefert ein widersprüchliches Bild. Betrachtet man nur die Kategorie *sehr große Lust* scheint der gewalthaltige Text tatsächlich motivationsfördernd auf seine Leserschaft zu wirken. 47,6 Prozent der „Gewaltartikel“-Leser haben sehr große Lust das Spiel danach auszuprobieren. Bei den Lesern des neutralen Textes sind es 38,2 Prozent, die diese Antwort geben.<sup>204</sup>

Zieht man jedoch die ersten beiden Antwortmöglichkeiten, die generell für eine Spielbereitschaft stehen, zusammen – ohne die Schultypen dabei zu differenzieren – und stellt ihnen die anderen beiden Möglichkeiten, die als Unlust (= *kaum Lust* + *gar keine Lust*) aufzufassen sind, gegenüber, so ergibt sich keine eindeutige Beeinflussung durch das Lesen gewalthaltiger Sätze auf die Spielmotivation der Rezipienten.<sup>205</sup>

Abbildung 17: Bereitschaft das Spiel nach dem Lesen zu spielen in %

Schultyp			% von Artikeltyp	
			Gewaltartikel	neutraler Artikel
Gymnasium	Anspielen nach Lesen des Artikels	sehr große Lust	27,6%	19,2%
		ziemlich Lust	24,1%	46,2%
		kaum Lust	31,0%	26,9%
		gar keine Lust	17,2%	7,7%
	Gesamt		100,0%	100,0%
Hauptschule	Anspielen nach Lesen des Artikels	sehr große Lust	20,0%	19,0%
		ziemlich Lust	30,0%	14,3%
		kaum Lust	20,0%	28,6%
		gar keine Lust	30,0%	38,1%
	Gesamt		100,0%	100,0%

Auffallend an der Gruppe der Gymnasiasten ist die hohe Bereitschaft derjenigen das Spiel anzuspüren, die den neutralen Artikel gelesen haben (65,4 Prozent). Nur ein Drittel (33,3

<sup>203</sup> Unter den Vielspielern beider Schularten (dazu zählen die Befragten, die entweder *regelmäßig* oder *häufig* angaben zu spielen) befinden knapp 64% der Gymnasiasten und rund 31% der Hauptschüler Videospieldmagazine als wichtiges Info-Instrument (Berechnungen auf Basis des eigenen Datensatzes).

<sup>204</sup> Beide Schularten werden hierbei kumuliert

<sup>205</sup> 25 von 49 Gewaltartikel-Leser (51%) und 24 von 47 Leser des neutralen Artikels (ebenfalls 51%) haben demnach *sehr große* bzw. *ziemliche Lust* das Spiel einmal zu spielen (Werte gerundet).

Prozent) der befragten Hauptschüler sieht das jedoch ähnlich. Ist hier die Schlussfolgerung möglich, dass sich Schüler mit geringerer Schulbildung leichter von gewalthaltiger Sprache bzw. der Beschreibung von gewalttätigen Handlungen beeinflussen lassen? Dies mag vor allem bei männlichen Hauptschülern der Fall sein, denn diese Behauptung wird durch einen Blick auf deren Angaben zur Spiellust (= *sehr große Lust* + *ziemlich Lust*) gestützt. So geben 45 Prozent der Hauptschüler mit violentem Text an, das Spiel spielen zu wollen. Bei den Lesern der neutralen Variante sind es lediglich 28,6 Prozent. Sowohl bei den Gymnasiasten – egal welchen Geschlechts – als auch bei den weiblichen Hauptschülern sind derart klare Unterschiede nicht auszumachen.<sup>206</sup>

Doch dagegen lassen sich auch einige Gegenargumente ins Feld führen. Die Wirkung fußt schließlich nicht nur auf dem variierten Merkmal der Textviolenz, sondern basiert erheblich auf individuellen Variablen, wie in *Kapitel I, 3.2.1* beschrieben. Aufgrund des geringen Samples und der Heterogenität der Gruppenzusammensetzungen sind ohnehin keine allgemeingültigen und eindeutigen Aussagen zu treffen.

#### 4.6.2.2 Die Kaufentscheidung

Die Frage nach der Bereitschaft das beschriebene Spiel käuflich zu erwerben stellt insofern eine Veränderung zu eben gestellter Frage dar, als dass die Überzeugungskraft des jeweiligen Artikels bei einer sichtbaren Beeinflussung in der Kaufmotivation als größer einzustufen ist. Bedarf die Kaufentscheidung doch einer stärkeren Aktivierung durch die im Artikel verbreiteten Informationen als es bei bloßem Spielen, wofür eben kein Geld ausgegeben werden muss, der Fall ist.

**Abbildung 18: Bereitschaft das Spiel nach dem Lesen zu kaufen in %**

Schultyp			Artikeltyp	
			Gewaltartikel	neutraler Artikel
Gymnasium	Kauf nach Lesen des Artikels	sehr große Lust	3,4%	7,7%
		ziemlich Lust	34,5%	19,2%
		kaum Lust	27,6%	38,5%
		gar keine Lust	34,5%	34,6%
	Gesamt	100,0%	100,0%	
Hauptschule	Kauf nach Lesen des Artikels	sehr große Lust	15,0%	14,3%
		ziemlich Lust	10,0%	4,8%
		kaum Lust	25,0%	14,3%
		gar keine Lust	50,0%	66,7%
	Gesamt	100,0%	100,0%	

Hier ergeben sich bei der Betrachtung der generellen Kaufbereitschaft deutlichere Ergebnisse – auch innerhalb der beiden Schultypen: 37,9 Prozent der Gymnasiasten, die den Artikel mit Violenzgehalt lasen, würden das Spiel aufgrund der Berichterstattung kaufen, wohingegen dies nur 26,9 Prozent der „neutralen Gymnasialklasse“ tun würden.

Die befragten Hauptschüler sehen dies ähnlich: Während sich 25 Prozent der Leser des gewalthaltigen Artikels vorstellen könnten das Spiel zu erwerben, sind dies bei der neutralen Gruppe 19,1 Prozent. Rechnet man die Häufigkeiten unabhängig von der Schulart zusammen, haben 16 von 49 „Gewaltartikel“-Leser (32,7 Prozent) und elf von 47 Leser des neutralen

<sup>206</sup> Die Tabelle ist auf der beiliegenden CD-ROM in der SPSS-Ausgabe-Datei (*Ausgabe1.spo*) zu finden.

Artikels (23,4 Prozent) *sehr große* bzw. *ziemlich Lust* das Spiel zu kaufen.<sup>207</sup> Bemerkenswert ist die sichtbar geringere Unlust bezüglich des Spielkaufs bei Rezipienten des gewalthaltigen Artikels. Anders als bei der Spielentscheidung sind die Ergebnisse hier durchweg eindeutig und deuten auf eine tatsächliche Wirkung der im Text enthaltenen Gewalt hin. Untermauert wird dies durch die kumulierten Ergebnisse der Kauflust nach Schultyp und Geschlecht.<sup>208</sup> Alle Leser des violenten Artikels waren schul- und geschlechtsübergreifend eher bereit das Spiel zu erwerben als die Leser der um ihre Gewaltsätze beraubten Variante. Doch auch hier sind die bereits oben kurz angesprochenen Einwände hinsichtlich der erfassten Wirkungszusammenhänge anzuführen.

#### 4.6.2.3 Eine wirkliche Wirkung?

Ob die tendenziell ermittelte Wirkung des gewalthaltigen Artikels auf die Spiel- bzw. Kaufmotivation der Schüler tatsächlich von der Gewalt abhängt, muss die Untersuchung der aus der Inhaltsanalyse stammenden Kategorien bzw. der darin vorkommenden Gewalt und deren Einfluss auf die Motivation der Rezipienten zeigen. *Kapitel II, 4.4* hat gezeigt, dass vor allem in den Kategorien *Bedienung/Gameplay*, *Story/Atmosphäre*, *Gewalt/Destruktion*, *Gegner-KI* und *Schwierigkeitsgrad* Gewalt in der Sprache vorzufinden ist. Deshalb muss untersucht werden, ob diesbezüglich ein Unterschied in der Spiel- bzw. Kaufbereitschaft zwischen den verschiedenen Lesergruppen besteht.

Dazu wurden die in *Frage 10* getätigten Mehrfachantworten (*spielen* und/oder *kaufen* aufgrund der verschiedenen Spielspaßfaktoren) bezüglich der aufgelisteten Kategorien zusammengefasst. *Abbildung 19* stellt die Ergebnisse in einer Kreuztabelle dar. Demnach wirkt sich die in den Sätzen enthaltene Gewalt offenbar auf die Motivation der Leser aus, das Spiel zu spielen bzw. zu kaufen.

Die in der Inhaltsanalyse verwendete Kategorie *Gewalt/Destruktion* wurde im Fragebogen aufgeteilt und ihr noch die weitere Subkategorie der *verfügbaren Waffen* zugewiesen. Dies hatte vor allen Dingen Kontrollgründe und sollte die zuvor getätigten Antworten zur dazugehörigen Oberkategorie absichern. Bei allen drei Aspekten neigen die Leser des gewalthaltigen Artikels eher zum Spielen oder Kaufen als die Leser des neutralen Textes. Vor allem bei der Beantwortung zur Frage *Würdest Du das Spiel spielen oder kaufen wegen der verfügbaren Waffen?* zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen beiden Gruppen: 79,5 Prozent der Gewaltgruppe im Vergleich zu 68,3 Prozent bei der neutralen Textgruppe ziehen das Spielen oder gar den Kauf des „Killerspiels“ aufgrund der darin verfügbaren Waffen in Erwägung.

Auch die violente Beschreibung der Spielbedienung erzielt einen stärker aktivierenden Effekt (51,3 Prozent) bei den Rezipienten als ihr Pendant, welches ohne die Darstellung von Gewaltszenen auskommt (41,5 Prozent).

Die Kategorie *Story/Atmosphäre* wurde ebenfalls zur differenzierten Auswertung im Fragebogen aufgeteilt. Interessant sind hierbei die beinahe gleichen Werte bei den zwei Lesergruppen. Dies legt die Vermutung nahe, dass sich die Schüler durch beide Artikelversionen gleich informiert fühlen und die Gewalt keine große Rolle spielt. Bedenkt man, dass bei der Analyse des Artikels zum großen Teil die Sätze als gewalthaltig eingestuft wurden, die nicht zur Story, sondern zur Atmosphäre gehören, bestätigt das unten stehende Ergebnis die Inhaltsanalyse. Denn die Gewaltsätze zur Spielstimmung beeinflussen die Leser deutlich mehr in Richtung positiver Spiel- bzw. Kaufentscheidung (89,7 Prozent) als es bei der von Gewalt befreiten Variante der Fall ist (75,6 Prozent).

<sup>207</sup> Die Prozentangaben sind gerundet.

<sup>208</sup> Die Tabelle ist auf der beiliegenden CD-ROM in der SPSS-Ausgabe-Datei (*Ausgabe1.spo*) zu finden.

Abbildung 19: Spiel-/Kaufbereitschaft nach Kategorien, abhängig vom Artikeltyp in %

\$KAT_MOT	Count Col pct	ART_TYP		Row Total
		Gewalt- artikel	neutraler Artikel	
		1	2	
BEDIE_SK		51,3	41,5	46,3
ATMO_SK		89,7	75,6	82,5
DESTR_SK		66,7	65,9	66,3
GEWAL_SK		53,8	51,2	52,5
STORY_SK		76,9	75,6	76,3
WAFFE_SK		79,5	68,3	73,8
DIFFI_SK		79,5	75,6	77,5
Column Total		48,8	51,3	80 100,0

Percents and totals based on respondents

Die Spielspaßkategorien *Gegner-KI* und *Schwierigkeitsgrad* sind im Frageteil zusammengefasst. Es wurde daher nur gefragt: *Würdest Du das Spiel spielen oder kaufen wegen der intelligenten Computer-Gegner?*. Da die Höhe der künstlichen Intelligenz ein weitaus wichtigeres Kriterium zur Kaufentscheidung ist, wurde diesem der Vorzug gegeben. Zwar fällt die Differenz zwischen den zwei Angaben mit 79,5 Prozent auf der Seite der „Gewaltartikel“-Leser und 75,6 Prozent auf der Seite der Leser des neutralen Textes moderat aus, doch schließt dieser Befund den Kreis der durchgehend nachgewiesenen Beeinflussung der Rezipienten durch einen gewalthaltigen „Killerspielartikel“ im Hinblick auf eine positive Spiel- und Kaufentscheidung.

Dieses Ergebnis kommt maßgeblich durch die Hauptschulklassen zustande. Die Hauptschüler, die den gewalthaltigen Text lasen, scheinen sich dadurch weitaus stärker beeinflussen zu lassen als ihre Kameraden aus dem Gymnasium.

Während dort in allen Bereichen, in denen der Redakteur Gewalthandlungen darstellt, eine

Abbildung 20: Spiel-/Kaufbereitschaft nach Kategorien, abhängig vom Artikeltyp und Schulart in %

Category = 1 Gymnasium				Category = 2 Hauptschule				
\$KAT_MOT	ART_TYP	ART_TYP		Row Total	\$KAT_MOT	ART_TYP		Row Total
		Gewalt artikel	neutraler Artikel			Gewalt artikel	neutraler Artikel	
		1	2			1	2	
	BEDIE_SK	42,3	60,9	51,0	BEDIE_SK	69,2	16,7	38,7
	ATMO_SK	92,3	91,3	91,8	ATMO_SK	84,6	55,6	67,7
	DESTR_SK	57,7	60,9	59,2	DESTR_SK	84,6	72,2	77,4
	GEWAL_SK	42,3	47,8	44,9	GEWAL_SK	76,9	55,6	64,5
	STORY_SK	76,9	82,6	79,6	STORY_SK	76,9	66,7	71,0
	WAFPE_SK	69,2	65,2	67,3	WAFPE_SK	100,0	72,2	83,9
	DIFFI_SK	80,8	91,3	85,7	DIFFI_SK	76,9	55,6	64,5
	Column Total	53,1	46,9	100,0	Column Total	41,9	58,1	100,0
Percents and totals based on respondents				Percents and totals based on respondents				

prozentual höhere Spiel- bzw. Kaufbereitschaft zu finden ist, kommt es bei den Gymnasialklassen zu jeweils vollkommen unterschiedlichen Ergebnissen, die offensichtlich nicht mit der im Artikel enthaltenen Gewalt als Beeinflussungsfaktor zusammenhängen. Vermutlich kommen sie aufgrund individueller Faktoren wie der Erfahrung im Umgang mit „Killerspielen“, Spielpräferenzen oder Ähnlichem zustande. Diesen Fragen wird in der Klärung der Zusatzannahmen nachgegangen.

Die Befürchtung, dass das veränderte Textmerkmal der Gewalt von den Rezipienten nicht wahrgenommen wird, kann beiseite geschoben werden, wie *Abbildung 21* beweist.

Die hier aufgezeigten Mittelwerte zur Beurteilung der Artikelgewalt sind folgendermaßen zu lesen: Auf die Frage *Findest du den Artikel gewalthaltig?* wurde der Antwort *sehr gewalthaltig* die Ziffer 1, *meistens gewalthaltig* die Ziffer 2, *weniger gewalthaltig* die Ziffer 3 und *gar nicht gewalthaltig* die Ziffer 4 in SPSS zugewiesen.

**Abbildung 21: Beurteilung der Artikelgewalt**

Artikel gewalthaltig			
Artikeltyp	Mittelwert	N	Standardabweichung
Gewaltartikel	2,5714	49	,84163
neutraler Artikel	3,4894	47	,74811
Insgesamt	3,0208	96	,91742

Folglich bemerken die Leser des gewalthaltigen Artikels durchaus die violente Spielbeschreibung (respektive die Leser des neutralen auch dessen non-violente Spielbesprechung) und unterstreichen damit gleichfalls die Ergebnisse der Inhaltsanalyse. Dabei stand ihnen zu keiner Zeit der jeweils andere Text zum Vergleich zur Verfügung. Möglicherweise wäre die Beurteilung daraufhin noch deutlicher ausgefallen.

Anhand der Auswertung und Aufbereitung der hier vorgestellten Daten muss festgestellt werden, dass *Annahme A<sub>4</sub>* nicht ohne Vorbehalte als verifiziert angesehen werden kann. Hängt die Wirkung doch entscheidend von zahlreichen Subjektvariablen ab, die in diesem Zusammenhang nicht berücksichtigt wurden. Zumindest ist eine Tendenz bezüglich der aktivierenden Wirkung gewalthaltiger Artikel zu beobachten.

### 4.6.3 Artikelbewertung – Gewalt als Spaßagent

Zur Überprüfung der *Annahme A<sub>5</sub>* werden die Fragen *Hat dir das Lesen des Artikels Spaß gemacht?*, *Findest du den Artikel spannend geschrieben?*, *Findest du den Artikel abwechslungsreich geschrieben?* und *Hat dich der Artikel vom Spiel überzeugt?* des Fragebogens herangezogen. Sie lassen erkennen, ob männliche Jugendliche, die eine Schule, die zu einer geringeren Qualifikation führt, besuchen, tatsächlich verstärkt zu einer positiven Einschätzung gewalthaltiger Artikel gelangen.

Die in den *Abbildungen 22-25* dargestellten Mittelwerte basieren ausschließlich auf den Angaben männlicher Schüler mit gewalthaltigem Text.

**Abbildung 22: Bewertungsfaktor Lesespaß**

Hat Artikel Spaß zum Lesen gemacht			
Artikeltyp	Schultyp	Mittelwert	N
Gewaltartikel	Gymnasium	1,9524	21
	Hauptschule	2,6667	12
	Insgesamt	2,2121	33

**Abbildung 23: Bewertungsfaktor Spannung**

Artikel spannend/atmosphärisch			
Artikeltyp	Schultyp	Mittelwert	N
Gewaltartikel	Gymnasium	1,8571	21
	Hauptschule	2,0833	12
	Insgesamt	1,9394	33

**Abbildung 24: Bewertungsfaktor Abwechslung**

Artikel abwechslungsreich			
Artikeltyp	Schultyp	Mittelwert	N
Gewaltartikel	Gymnasium	2,0000	21
	Hauptschule	1,8333	12
	Insgesamt	1,9394	33

**Abbildung 25: Bewertungsfaktor Überzeugung**

Durch Artikel vom Spiel überzeugt			
Artikeltyp	Schultyp	Mittelwert	N
Gewaltartikel	Gymnasium	1,8571	21
	Hauptschule	2,2500	12
	Insgesamt	2,0000	33

Demnach findet in drei von vier Fällen keine positivere Beurteilung des Artikels durch männliche Schüler aufgrund der geringeren Qualifikation statt. Vielmehr bereitet der Text eher männlichen Gymnasiasten Lesefreude, die diesen darüber hinaus auch für spannender



halten. Dafür erachten die Hauptschüler ihn für abwechslungsreicher als ihre Kameraden aus dem Gymnasium, die der Artikel insgesamt allerdings mehr überzeugen kann.

Aus *Abbildung 22* wird jedoch ein Manko der Befragung ersichtlich: Der deutliche Unterschied in den Angaben zum Lesespaß lässt sich mit Sicherheit zum Teil auf die Einstellung der Schüler zurückführen. So beeinflussen Eigenmotivation (hoch oder niedrig), das gegenwärtige Umfeld (ruhig oder unruhig) oder auch die Ich-Beteiligung (geht mich das Thema etwas an, bin ich damit schon einmal in Kontakt gekommen?) das Antwortverhalten. Wegen der (sichtbar) geringeren Motivation der Hauptschüler in Kombination mit der (teilweise) störenden Umgebung ergibt sich somit „zwangsläufig“ eine schlechtere Bewertung hinsichtlich des Lesespaßes, was sich wiederum negativ auf die Überzeugungskraft auswirkt. Zudem hängt die Bewertung zum großen Teil von der Einstellung jedes einzelnen Schülers ab. Innerhalb der teilnehmenden Gymnasialklassen waren weit mehr Videospiele zu finden als in den Hauptschulklassen, in deren medialen Lebenswelten Video- und Computerspiele weniger Platz einnehmen. Dieser Mangel an Erfahrung, aus dem wiederum geringeres Interesse hervorgeht, beeinflusste die Leserezeption.

Aus diesen Ergebnissen zu schließen, die schriftlich fixierte Gewalt in Artikeln zu „Killerspielen“ habe keinen Einfluss auf die Leserwahrnehmung, wäre zu kurz gegriffen, wie *Abbildung 26* belegt. Denn egal um welchen Schultypus es sich handelt, alle Klassen mit „Gewaltartikel“ bewerten den Text in den aufgeführten Kategorien besser als die Klassen, die den neutralen Artikel zu lesen bekamen.

**Abbildung 26: Artikelbewertung nach Schul- und Artikelart**

Artikeltyp	Schultyp		Lesespaß	Spannung/ Atmo	Abwechslung	Überzeugungskraft
Gewaltartikel	Gymnasium	Mittelwert	2,0345	1,9310	2,0345	1,9310
	Hauptschule	Mittelwert	2,8500	2,4000	1,9000	2,6500
neutraler Artikel	Gymnasium	Mittelwert	2,2692	2,4231	2,0385	2,2692
	Hauptschule	Mittelwert	3,2381	2,5714	2,0952	2,7143

Demzufolge muss von einem sich auf die Lesermeinung positiv auswirkenden Einfluss der Textviolenz ausgegangen werden. Zwar lässt sich daraus nicht automatisch eine ebenfalls positive Kaufentscheidung ableiten, doch kann behauptet werden, dass Artikel, die die Leserschaft in den hier besprochenen Kriterien für gut befunden, eine weitaus bessere Außendarstellung bzw. auch Werbung für die rezensierten Videospiele darstellen und so die Wahrscheinlichkeit eines Kaufs oder des Spielens (woraus ein Kauf folgen kann) steigt. Damit haben Redakteure der Videospieldublikationen unmittelbaren Einfluss auf die Spiel- bzw. Kaufentscheidung der eigenen Leser. Ihnen kommt deshalb eine Schlüsselfunktion im Rahmen der öffentlichen „Killerspiel“-Debatte bezüglich der Verbreitung gewalthaltiger Spiele zu.

*Annahme A<sub>5</sub>* muss also in ihrer ursprünglichen Formulierung als falsifiziert betrachtet werden und bedarf auf Basis der Datenanalyse einer Neuausrichtung. So kann angenommen werden, dass Jugendliche dann zu einer positiveren Beurteilung des Artikels und damit wahrscheinlich auch des Spiels gelangen, wenn ein Artikel Gewalt enthält.

## 4.6.4 Von Intensiv- und Gewaltspielern

### 4.6.4.1 Kontrollwünsche beim Lesen

Unter den erfahrenen Spielern, die mit Vorliebe gewalthaltige Spiele aus dem Genre der Ego-Shooter spielen, ergeben sich hinsichtlich der Artikelbewertung noch eindeutiger Befunde als wir sie bereits in der letzten Kreuztabelle vorgefunden haben. Unabhängig von der Schulart hält diese Spielgruppe den neutralen Artikel für durchweg „schlechter“ – also weniger spannend, spannend, abwechslungsreich und überzeugend (siehe *Abbildung 27*).

**Abbildung 27: Artikelbewertung der Ego-Shooter-Spieler**

Artikeltyp	Schultyp		Lesespaß	Spannung/ Atmo	Abwechslung	Überzeugungskraft
Gewaltartikel	Gymnasium	Mittelwert	1,8947	1,8947	2,0000	1,7368
	Hauptschule	Mittelwert	2,2857	1,8571	2,0000	1,5714
neutraler Artikel	Gymnasium	Mittelwert	2,1875	2,3750	2,4375	2,2500
	Hauptschule	Mittelwert	3,0000	2,5000	2,3750	2,2500

Grund hierfür könnte eine gewisse Erwartungshaltung Videospielderfahrener Leser gegenüber einem Ego-Shooter-Artikel sein. Das Spiel selbst verknüpft Gewalt mit der Herrschafts- und Machtposition des Spielers.<sup>209</sup> Dieser ist sich dessen mehr oder weniger bewusst und erwartet genau dies auch vom Artikel. Er soll dem Spieler die Regeln und Mechanismen erklären, die zum Sieg, oder anders gesprochen, zum *Beherrschen* der virtuellen Wirkungszusammenhänge und damit zum Sieg gegen die Gegner führen. Diese Spielregeln gründen sich in dem genannten Genre großteils auf Gewalt. Kommt sie jedoch im Artikel nicht vor, geht ein Spielelement, welches zur Handlungsanweisung unabdingbar ist, verloren. Deshalb wäre es möglich, dass Spieler neutral geschriebene Artikel über gewalthaltige Spiele weniger attraktiv finden. *Zusatzannahme ZA<sub>1</sub>* ist damit bestätigt.

Ähnlich könnte die Erklärung für das positivere Abschneiden des „Gewaltartikels“ bei Schülern, die regelmäßig spielen, im Vergleich zu eher mäßig Videospiele konsumierenden Mitschülern sein. Wie wir im Folgenden noch sehen werden, ist die Nutzung von Fachzeitschriften bei Vielspielern überdurchschnittlich hoch. Die Kenntnis über den Artikelaufbau und teilweise auch den Inhalt<sup>210</sup> ist gegeben. Die Spieler dürften mit einer gewissen Erwartungshaltung an einen Artikel über ein bestimmtes Spiel herangehen. Sehen sie diese nicht erfüllt, erhalten sie einen schlechteren Eindruck. Es entsteht also eine Dissonanz innerhalb der Leser-Inhalt-Relation. Donsbach beschrieb in seiner Studie *Selektivität im Prozess der Medienwirkung*, dass trotz selektiver Zuwendung Medienaussagen wirken.<sup>211</sup>

<sup>209</sup> Vgl. Fritz, Jürgen (2003f): 1. Spiele um Macht und Ohnmacht. S. 10-18.

Die Ergebnisse von Fritz werden in dieser Untersuchung bestätigt: Ego-Shooter-Spieler geben im Vergleich zu Spielern, die keine Ego-Shooter spielen, häufiger den Spaß an *Macht und Kontrolle* (42 Prozent zu 35 Prozent), an *Gewalt und Zerstörungsmöglichkeiten* (38 Prozent zu 10 Prozent) und am virtuellen *Ausprobieren von realen Waffen* (34 Prozent zu 7,5 Prozent) als generelle Videospielderivation an.

<sup>210</sup> Viele Spiele, egal ob im Genre der „Killerspiele“ oder „Jump ‘n Runs“, ähneln sich stark. Vor allem im Bereich der Ego-Shooter ist die Zahl der Nachfolger erfolgreicher Spiele hoch (vgl. die Medal of Honor- oder die Call of Duty-Serie). Spielablauf und Inhalt variieren deshalb nicht allzu stark.

<sup>211</sup> Vgl. Donsbach, Wolfgang: 6. Befunde im Überblick. S. 137ff.

Abbildung 28: Artikelbewertung der Vielspieler

Artikeltyp	Videospielnutzung		Lesespaß	Spannung/ Atmo	Abwechslung	Überzeugungskraft
Gewaltartikel	regelmaessig	Mittelwert	1,8947	1,7895	1,8947	1,8947
	haeufig	Mittelwert	2,6250	2,0000	2,1250	2,0000
	gelegentlich	Mittelwert	2,9000	2,5000	1,6000	2,4000
	selten	Mittelwert	2,2857	2,2857	2,4286	3,0000
neutraler Artikel	regelmaessig	Mittelwert	2,5294	2,4118	2,2941	2,2941

Nun wenden sich die Schüler in der Untersuchung dem Artikel zwar nicht selektiv zu, doch besteht je nach Individuum eine konsonante, dissonante oder neutrale Haltung gegenüber dem Text. Es stellt sich die Frage, inwieweit die Konsonanz (hier = Erwartungshaltung bestätigt) bzw. Dissonanz Auswirkung auf die Kaufentscheidung hat. Tatsächlich haben deutlich mehr derjenigen regelmäßig Spielenden *sehr große Lust* das Spiel im Anschluss an das Lesen zu kaufen, die den (erwarteten) gewalthaltigen Artikel lasen (vgl. *Abbildung 28*).<sup>212</sup> Auch *Zusatzannahme ZA<sub>2</sub>* kann als verifiziert angesehen werden.

#### 4.6.4.2 Stiftung Warentest – Videospiegelmagazine und Leser als Meinungsführer

In *Kapitel I, 4.2* wurde bereits auf die Eigenschaften und Motivationen der Leser zur Zeitschriftennutzung eingegangen. Als Hauptlesegrund wird dabei die Suche nach Informationen zu neuen Spielen genannt. Erwartungsgemäß greifen hauptsächlich die Schüler zu Videospiegelmagazinen, die ohnehin *regelmäßig* bzw. *häufig* spielen (vgl. *Abbildung 29*).

Abbildung 29: Nutzung der Videospiegelzeitschriften nach Erfahrung und Schultyp in %

% von Videospielnutzung			Videospielnutzung			
Schultyp			regelmaessig	haeufig	gelegentlich	selten
Gymnasium	Informationsquelle: ja		69,2%	50,0%	10,0%	11,1%
	Videospielmagazine nein		30,8%	50,0%	90,0%	88,9%
Hauptschule	Informationsquelle: ja		50,0%			
	Videospielmagazine nein		50,0%	100,0%	88,9%	88,9%

Erstaunlicherweise finden sich unter den Gymnasiasten in jeder „Erfahrungsgruppe“ Schüler, die sich über dieses Medium informieren. Ganz im Gegensatz zu den Hauptschülern: Dort liest nur jeder Zweite der regelmäßig Spielenden Fachliteratur. Ansonsten findet sich niemand, der diese Informationsquelle nutzt. Ein entscheidender Grund dürfte die soziale Schicht darstellen. Aufgrund der in der Hauptschule eher als auf dem Gymnasium vertretenen sozialen Unterschicht<sup>213</sup>, sind dort viele Jugendliche finanziell weitaus schlechter ausgestattet. Es ist deshalb anzunehmen, dass die geringere Nutzung von Videospiegelzeitschriften auf deren hohen Preise zurückzuführen ist.<sup>214</sup> Den Schülern fehlt dazu schlicht das Geld bzw. auch die

<sup>212</sup> Alle Schüler, die regelmäßig spielen und den „Gewaltartikel“ lasen, hatten sehr große Lust das Spiel zu kaufen. Bei den regelmäßigen Spielern, die den neutralen Artikel lasen, waren es 80 Prozent.

<sup>213</sup> Vgl. **Shell Deutschland Holding**: 2.2 Schule und Berufsbildung: Die soziale Herkunft schlägt durch. S. 65f.

<sup>214</sup> Das hier untersuchte Magazin „MAN!AC“ kostet 4,99 Euro und repräsentiert damit gut den durchschnittlichen Preis solcher Zeitschriften.

Bereitschaft dafür etwas auszugeben.<sup>215</sup> Schließlich konkurriert das „Hobby Videospiele“ mit weiteren kostspieligen Freizeitbeschäftigungen.

**Abbildung 30: Internet als Informationsquelle nach Erfahrung und Schultyp in %**

% von Videospieldnutzung			Videospieldnutzung			
Schultyp			regelmässig	häufig	gelegentlich	selten
Gymnasium	Informationsquelle: ja		69,2%	40,0%	70,0%	
	Internet nein		30,8%	60,0%	30,0%	100,0%
Hauptschule	Informationsquelle: ja		100,0%	83,3%	11,1%	33,3%
	Internet nein			16,7%	77,8%	55,6%

Dies bedeutet jedoch nicht, dass sie nicht dasselbe Informationsbedürfnis wie ihre Schulfreunde aus den Gymnasien verspüren. Es scheint sich anstelle des Print- eher in den Onlinebereich zu verlegen, betrachtet man *Abbildung 30*. Dies gründet sich zum einen auf die schnellere, umfassendere und leichtere Zugänglichkeit zu Videospield-Portalen, zum anderen natürlich auf den mittlerweile kostengünstigen und demnach weit verbreiteten Zugang zum Internet. So waren vergangenes Jahr 89,3 Prozent aller deutschen Schüler im Netz unterwegs.<sup>216</sup> Unter den Gymnasiasten fanden sich 92 Prozent, unter den Hauptschülern 60 Prozent Online.<sup>217</sup> Dies führt dazu, dass die neuesten Informationen zum Thema Videospiele nicht mehr nur den „Reicheren“ und ohnehin durch ihre intensive Beschäftigung besser Informierten zugänglich sind, sondern sich gerade auch diejenigen damit befassen, die seltener zum Controller greifen. Dies belegen obige Zahlen – gerade bei den Hauptschülern – deutlich.

Anhand der Nutzung lässt sich allerdings noch keine Beeinflussung durch die Spielbewertung und Redakteursmeinung ableiten. Da jedoch auch die Videospieldzeitschrift so wie jedes andere Medium selektiv genutzt wird<sup>218</sup>, ist davon auszugehen, dass sich diejenigen mit hoher Videospielderfahrung bewusst an der Meinung und Bewertung bei ihrer Spielwahl orientieren.

Nach *Abbildung 31* und *32* zu urteilen besetzt die Videospieldfachpresse respektive die dafür schreibenden Redakteure eine Meinungsführerrolle unter den Spielern bzw. Lesern. Die Wichtigkeit der Spielbewertung und der Redakteursmeinung quer durch beide Schulen dürfte auf der den Zeitschriften zugeschriebenen Autorität bedingt durch deren Fachkenntnis beruhen.<sup>219</sup> Es ist allerdings fraglich, ob „opinion leadership“ direkt in eine Änderung oder Bestätigung der eigenen Spiel- bzw. Kaufentscheidung mündet. Denn wie die vorliegende Untersuchung auch zeigt, erkundigen sich viele Schüler – exakt 80 Prozent der Befragten – darüber hinaus im eigenen Freundeskreis über aktuelle Entwicklungen im Videospieldmarkt.

<sup>215</sup> 40 Prozent der deutschen Jugendlichen aus der sozialen Unterschicht sind nach der aktuellen Shell-Studie unzufrieden mit ihrer finanziellen Lage. Aus der Oberschicht sind es nur fünf Prozent. 50 Prozent der Unterschicht sind sogar der Meinung sich weniger als ihr Freundeskreis leisten zu können. **Vgl. Shell Deutschland Holding:** 2.3 Freizeit- und Gesundheitsverhalten: Große Unterschiede im Lebensstil. S. 85.

<sup>216</sup> **Vgl. Initiative D21/TNS Infratest:** Internetnutzung nach Bildung in den Jahren 2002 bis 2006. S. 14.

<sup>217</sup> **Vgl. Shell Deutschland Holding:** a. a. O. S. 84.

<sup>218</sup> **Vgl. Lazarsfeld, Paul F. et al.:** Attention is selective. S. 80.

<sup>219</sup> **Vgl. Ronneberger, Franz:** 3.1 Sozialisatoren in der Massenkommunikation. S. 58.

**Abbildung 31: Spielbewertung als wichtiges Heftkriterium in %**

% von Videospieldnutzung

Schultyp			Videospieldnutzung			
			regelmässig	haeufig	gelegentlich	selten
Gymnasium	wichtig in Fachpresse:	ja	69,2%	60,0%	70,0%	44,4%
	Spielbewertung	nein	26,9%	40,0%	20,0%	22,2%
Hauptschule	wichtig in Fachpresse:	ja	90,0%	50,0%	55,6%	55,6%
	Spielbewertung	nein	10,0%	50,0%	22,2%	22,2%

**Abbildung 32: Meinung des Redakteurs zum Spiel als wichtiges Heftkriterium in %**

% von Videospieldnutzung

Schultyp			Videospieldnutzung			
			regelmässig	haeufig	gelegentlich	selten
Gymnasium	wichtig in Fachpresse:	ja	57,7%	60,0%	40,0%	22,2%
	Redakteursmeinung	nein	38,5%	40,0%	50,0%	44,4%
Hauptschule	wichtig in Fachpresse:	ja	30,0%	33,3%	22,2%	33,3%
	Redakteursmeinung	nein	70,0%	66,7%	55,6%	44,4%

Im Bereich der Videospiele kann man dennoch von einem klassischen Zwei-Stufen-Fluss der Kommunikation mit Agenda-Setting-Effekten, wie ihn Larzarsfeld, Berelson und Gaudet im Sinn hatten, sprechen. Die Vorstellung, dass „(...) *ideas often flow from [...] print to the opinion leaders and from them to the less active sections of the population*“<sup>220</sup> trifft hier zu. Denn einerseits übernehmen die Zeitschriften selbst die Rolle der Meinungsführer und „Beeinflusser“ innerhalb der Videospieldgemeinschaft, indem durch Artikellänge und subjektiver Bewertung eine Vorauswahl für den Leser geschaffen wird, andererseits sind Teile der Leser ebenfalls – zumindest innerhalb ihres Freundeskreises, der sog. „peer group“ – „opinion leader“, die ihr Wissen und ihre Meinung an andere Jugendliche weitergeben, sich aber wiederum bevorzugt und besonders intensiv mittels Fachpublikationen informieren. Die *Zusatzannahmen* ZA<sub>3</sub> und ZA<sub>4</sub> sind infolge dessen bestätigt. Zu letzterer ist jedoch anzumerken, dass nicht nur regelmäßig spielende Schüler sich nach den Wertungen in Videospieldzeitschriften richten, sondern gerade auch die „Wenig-Nutzer“. Es ist anzunehmen, dass damit ein Kompetenzausgleich erzielt werden soll, der sie vor einem potenziellen Fehlkauf schützt. Gymnasiasten legen darauf höheren Wert als Hauptschüler, was für eine intensivere und mehr abwägende Haltung spricht.

## **5. Schlussbemerkungen**

Es kann schliesslich festgehalten werden, dass bei der Beschreibung von „Killerspielen“ in der Videospieldfachpresse keine neutrale Berichterstattung gegeben ist. Dies liegt zum einen an der Art der Darstellung der im Spiel vorkommenden Ereignisse, zum anderen an der letztendlichen Bewertung selbst sowie der subjektiven Meinung, die jeder Redakteur bei „seinem“ rezensierten Spiel mit einbringen kann – eine Vorgehensweise, die bei einer Kritik in der Natur der Sache liegt.

Im Übrigen ist die Form der Spielbeschreibung von den Lesern erwünscht. Weit mehr als die Hälfte der Befragten gaben an, der Autor müsse über die *Atmosphäre* und *Spielgeschichte* berichten.<sup>221</sup> Weitere 46,7 Prozent waren der Ansicht, ein Videospieldartikel müsse unbedingt

<sup>220</sup> Larzarsfeld, Paul F. et al. nach Klapper, Joseph T.: Opinion Leadership. S. 32.

<sup>221</sup> Atmosphäre: 76,7 Prozent, Spielgeschichte: 73,3 Prozent.

die *Action* im Spiel thematisieren. Es bleibt natürlich weiterhin fraglich, ob nicht dennoch eine neutralere Spielbeschreibung – ohne grausame Details – möglich wäre.

In diesem Zusammenhang müssen aber auch wirtschaftliche Zwänge gesehen werden. Im Grunde stehen hinter den Zeitschriften Verlage, die ökonomisch, sprich gewinnorientiert, arbeiten müssen. Dies spricht zwar noch nicht allein gegen eine neutrale Berichterstattung, doch dies macht sie aufgrund der Abhängigkeit von den Anzeigenerlösen und der Gunst der Spielindustrie schwieriger. Sandra Urban hat in einer Studie zum Zusammenhang von Anzeigenschaltungen und Testergebnissen in Computerspielzeitschriften eine starke Korrelation zwischen geschalteten Anzeigen und positiver Bewertung des Spiels ermittelt.<sup>222</sup> Damit stehen Spielzeitschriften, wenn womöglich auch nicht alle, unter dem Einfluss der Industrie und richten sich auch in ihren Artikeln und Wertungen danach aus.

Daneben gestalten und prägen sie zu einem erheblichen Anteil die öffentliche Agenda. Es ist davon auszugehen, dass durch entsprechende Bewertungen ein erheblicher Einfluss auf die Verkaufscharts, also ein direkter bzw. zeitlich verzögerter Zusammenhang zwischen Media- und Public-Agenda besteht. Diese Annahme wäre empirisch mittels Korrelationsuntersuchungen erst noch zu untermauern, dürfte jedoch zu positiven Ergebnissen führen.

Von den Erkenntnissen der vorliegenden Untersuchung ausgehend, kann grundsätzlich von einer doppelten Beeinflussung der Leser gesprochen werden. Erstens suchen sie bewusst nach einer Expertenmeinung – bestehend aus Kommentar und Wertung –, der sie entweder zustimmen oder ihr skeptisch gegenüberstehen<sup>223</sup>, zweitens erweist sich der in Artikeln über „Killerspiele“ dargestellte gewalthaltige Inhalt als möglicher Einflussfaktor hin zu einem Kauf des beschriebenen Spiels. Ob diese Wirkung in letzter Konsequenz zu einer positiv ausfallenden Kaufentscheidung führt, hängt – wie die Wirkung selbst – von zahlreichen Variablen ab. Dazu gehören die individuelle Beurteilung der Informationen, das ihnen entgegen gebrachte Vertrauen seitens des Rezipienten und die bereits gemachten Erfahrungen mit einem ähnlichen Produkt. Diese drei Kriterien können auch als „Human Capital“ bezeichnet werden, welches im Laufe der Jahre nach und nach jeder Mensch aufgrund durch Beurteilung der getätigten Kaufentscheidungen ansammelt und was zur Bewertung dieser Entscheidungsprozesse vor dem eigentlichen Kauf dient.<sup>224</sup> Deswegen lässt sich trotz eines Trends zu einer positiven Spiel- und Kaufentscheidung durch das Lesen gewalthaltiger Texte diesbezüglich kein Kausalzusammenhang erschließen. Es sind schlicht zu viele interdependenten Subjektvariablen mit im Spiel, die die Wirkung in die eine oder andere Richtung beeinflussen können.

Mit Hinsicht auf die Perspektivenwahl der Redakteure zur Spielbeschreibung konnte zwar eine Bevorzugung der Täter- anstelle der Opferperspektive festgestellt werden, doch wird dies wohl im vorliegenden Fall keinen Einfluss auf die Textwirkung haben. Zum einen kann die Rezeption von Printmedien – besonders die von Videospielartikeln – nicht mit der Betrachtung eines Films verglichen werden. Dahinter stehen jeweils vollkommen verschiedene Nutzungsmotive (Information vs. Unterhaltung), die wiederum bestimmte

---

<sup>222</sup> Vgl. Urban, Sandra: 6.3.1 Zusammenhang zwischen Anzeigenschaltung und Testbewertung. S. 94ff. <http://www.content.grin.com/data/20/65180.pdf> [Stand: 07. Mai 2007, 10:17; Link defekt!].

<sup>223</sup> Da viele Leser bereits selbst eine große Erfahrung im Umgang mit Videospiele aufweisen und verschiedene Genre-Prädispositionen ausgeprägt haben, bilden sie sich eigene Meinungen zu Spielen und „erwarten“ durch die Zeitschriftenkritik Bestätigung. Dadurch, dass sie sich selbst als „Experten“ in ihrem Hobby sehen, dürfte es relativ selten zu einer „Conversion“ kommen. Wenn, dann betrifft dies nur Leser, die keine festen Spiele-Prädispositionen aufweisen, sich selbst wenig Kompetenz zuschreiben und in den Zeitschriften (bzw. auch mittels interpersonaler Kommunikation mit Meinungsführern in ihrer sozialen „peer group“) Orientierung bezüglich ihrer Spiel- bzw. Kaufentscheidung suchen.

<sup>224</sup> Müller, Claudia: 2.2 Arten des Informationsnutzens. S. 51 / 2.3 Entstehen von Informationsnutzen. S. 60ff. / 1.5 Produkterfahrung. S. 124f.



Erwartungshaltungen an das Medium und andere psychische Grundlagen der Informationsaufnahme definieren.<sup>225</sup> Somit sind auch keine Angst- oder Tragikeffekte oder ein Robespierreaffekt, wie sie Grimm nach der Nutzung gewalthaltiger Filme bei den Versuchspersonen feststellt, zu erwarten.<sup>226</sup> Zum anderen weisen Filme und Videospielartikel verschiedene inhaltliche Strukturen auf. Während bei ersteren das Hineinfühlen in einen Charakter ein wesentliches stilistisches Mittel zur Generierung von Emotionen darstellt, ist dies bei Videospielen kaum und bei Artikeln dazu in der Regel überhaupt nicht der Fall respektive nicht gewollt. Daraus kann geschlossen werden, dass auch keine Wirkung – egal in welche Richtung – beabsichtigt ist. Die in den Texten verwendeten Täter- und Opfersichtweisen bilden die virtuelle Realität des Spiels ab und sind ob einer gewünschten Beeinflussung bezüglich der Kaufentscheidung als neutral anzusehen.

Letztendlich bleibt festzuhalten, dass nicht nur die „Killerspiele“ selbst, sondern auch die Artikel darüber Gewalt beinhalten. Die Attraktivität eines Spiels scheint sich zum Teil aus dem Ausmaß der gewalthaltigen Beschreibungen zu ergeben. Es ist allerdings fraglich, ob dieser Zustand verteuftelt und die Videospieldresse zu einer neutralen, sprich gewaltfreien Berichterstattung, aufgefordert werden sollte. Denn

*„Kunst und Gewalt [hängen] schon so lange zusammen, wie Gewalt ein Faktum in der Kultur ist: Also immer. In Homers Odyssee, dem ältesten bekannten literarischen Werk, foltert und tötet Odysseus im Finale brutal. Blut und Brutalität sind schon seit jeher fester Bestandteil der abendländischen Kultur beziehungsweise der Kunst. Dies zu verleugnen wäre naiv.“<sup>227</sup>*

---

<sup>225</sup> Die Erregungszustände der Rezipienten von Filmen bzw. Texten vor und nach der Nutzung dürften jeweils sehr unterschiedlich ausfallen. Deshalb ist auch nicht mit vergleichbaren Wirkungen bzw. Wirkungseffekten zu rechnen.

<sup>226</sup> Vgl. Grimm, Jürgen (1999): 11.3.2.5 Opfer-Täter-Dialektik bei der Angst- und Aggressionsvermittlung: Der Robespierre-Affekt. S. 615-628.

<sup>227</sup> Welt Online: Michelangelo würde heute Spiele programmieren. [http://www.welt.de/kultur/article1120681/Michelangelo\\_wuerde\\_heute\\_Spiele\\_programmieren.html](http://www.welt.de/kultur/article1120681/Michelangelo_wuerde_heute_Spiele_programmieren.html) [Stand: 22. August 2007, 09:30].

## *Literaturverzeichnis*

- Aisbett Kate/Durkin, Kevin: *Computer based games and australians today*. Sydney: Office of Film and Literature Classification, 1999.  
[www.ag.gov.au/.../80000CPB++Computer+Games+and+Australians+Today+\(1999\)++Commissioned+Research256815.pdf](http://www.ag.gov.au/.../80000CPB++Computer+Games+and+Australians+Today+(1999)++Commissioned+Research256815.pdf)  
[Stand: 13. August 2007, 14:43].
- Ammann, Lillemore: *Gewalt durch Jugendliche im Kanton Zürich in den Jahren 1995 bis 2000 – eine Vollerhebung*. Dissertation an der Universität Zürich, 2006.  
<http://www.dissertationen.unizh.ch/2006/ammann/diss.pdf>  
[Stand: 31. Juli 2007, 14:52].
- Anderson, C.A./Dill, K.E.: *Video games and aggressive thoughts, feelings, and behavior in the laboratory and in life*. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 78 (4). American Psychological Association, 2000.
- Andree, Martin (2005): *Archäologie der Medienwirkung. Faszinationstypen von der Antike bis heute (Simulation, Spannung, Fiktionalität, Authentizität, Unmittelbarkeit, Geheimnis, Ursprung)*. München: Wilhelm Fink Verlag, 2005.
- Andree, Martin (2006): *Wenn texte töten. Über Werther, Medienwirkung und Mediengewalt*. München: Wilhelm Fink Verlag, 2006.
- Andringa, Els: *Text, Assoziation, Konnotation. Empirische Literaturwissenschaften. Band 6*. Königstein: Athenäum, 1979.
- Atteslander, Peter: *Methoden der empirischen Sozialforschung*. Vierte, erweiterte Auflage. Unter Mitarbeit von Klaus Baumgartner, Franz Haag, Jörg Oetterli, Rudolf Steiner. Berlin/New York: Walter de Gruyter, 1975.
- Blutner, Reinhard/de Hoop, Helen/Hendriks, Petra: *Optimal communication*. Stanford: Center for the Study of Language and Information, 2006.
- Bonfadelli, Heinz: *Formen von Gewalt im Alltag und in den Medien*. In: Ammann, Daniel/Doelker, Christian (Hrsg.): *Tatort Brutalo. Gewaltdarstellungen und ihr Publikum*. Mit Beiträgen von Siegfried Zielinski et al. Zürich: Pestalozzianum-Verlag, 1995.
- Brettschneider, Frank: *Öffentliche Meinung. Vorlesung im Sommersemester 2005*. Folien zur Vorlesung. Universität Augsburg: Augsburg, 2005. [Link zum Download der pdf-Dateien nicht mehr vorhanden].
- Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friederike: *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung*. 1. Auflage. In: Bertele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): *Studienbücher zu Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2001.

- Bundesverband Informationswirtschaft Telekommunikation und neue Medien e.V. (Bitkom): *Markt für Spielekonsolen wächst um 73 Prozent*. [http://www.bitkom.org/47414\\_47409.aspx](http://www.bitkom.org/47414_47409.aspx) [Stand: 02. August 2007, 11:51].
- Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU): *Themen. Branche. Marktdaten. Marktzahlen 2006. PC-Spiele/Videospiele. Januar – Dezember 2006*. [http://www.biu-online.de/fileadmin/user/Dateien/Marktzahlen\\_2006.pdf](http://www.biu-online.de/fileadmin/user/Dateien/Marktzahlen_2006.pdf) [23. Mai 2007, 09:10].
- Büttner, Christian: *Gewalt im Spiel. Zum Verhältnis von phantasierter zur realen Gewalt*. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): *Search&Play Plus. Interaktive Datenbank für Computerspiele. Update I/2003*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003.
- Burger, Harald/Imhasly, Bernard: *Formen sprachlicher Kommunikation. Eine Einführung*. In: Essinger, Helmut/Müller, Hermann/Schmidtchen, Gerhard (Hrsg.): *Schwerpunkte der Soziologie*. München: Kösel-Verlag, 1978.
- Carter, Ronald: *Vocabulary. Applied linguistic perspectives*. Second edition. London/New York: Routledge, 1998.
- Christensen, Loren W./Grossmann, Dave: *Gewaltspiele und automatische Steuerung*. In: Hänsel, Renate/Hänsel, Rudolf (Hrsg.): *Da spiel ich nicht mit! Auswirkungen von „Unterhaltungsgewalt“ in Fernsehen, Video- und Computerspielen – und was man dagegen tun kann. Eine Handreichung für Lehrer und Eltern*. 2. Auflage. Donauwörth: Auer Verlag, 2006.
- Christmann Ursula (2004): *Lesen*. In: Bente, Gary/Mangold, Roland/Vorderer, Peter (Hrsg.): *Lehrbuch der Medienpsychologie*. Göttingen et al.: Hogrefe Verlag, 2004.
- Christmann, Ursula (1989): *Modelle der Textverarbeitung: Textbeschreibung als Textverstehen*. In: Groeben, Norbert/Piontkowski, Ursula/Sader, Manfred (Hrsg.): *Arbeiten zur sozialwissenschaftlichen Psychologie. Heft 21*. Münster: Aschendorffsche Verlagsbuchhandlung, 1989.
- Computec Media (2006) (Hrsg.): *N-Zone. Medidaten Print*. [www.computeec.de/common/mediadaten/NZ\\_0607\\_screen.pdf](http://www.computeec.de/common/mediadaten/NZ_0607_screen.pdf) [Stand: 09. Juli 2007, 14:38].
- Computec Media (2007): *Pressemitteilungen. Computecs Spielmagazin für Frauen ab 4. April am Kiosk. play vanilla geht an den Start*. <http://www.computeec.de/index.cfm?menu=0106> [Stand: 19. August 2007, 15:58].
- Csoklich, Fritz: *Bericht in der Zeitung*. In: Pürer, Heinz (Hrsg.): *Praktischer Journalismus. In Zeitung, Radio und Fernsehen*. Mit einer Berufs- und Medienkunde für Journalisten in Österreich, Deutschland und der Schweiz. 4., überarbeitete und erweiterte Auflage. Salzburg: Kuratorium für Journalistenausbildung, 1996.

Cybermedia Verlagsgesellschaft (Hrsg.): *audiovision. Mediadaten 2007*.  
www.audiovision.de/home/mediadaten.pdf  
[Stand: 09. Juli 2007, 14:45].

CyPress Verlag GmbH (Hrsg.): *Games aktuell. Mediadaten 2007*.  
www.vogel.de/mediadaten/home\_entertainment/Mediadaten\_VGA.pdf  
[Stand: 09. Juli 2007, 14:03].

Debus, Günter: *Psychologie der Gefühlswörter. Empirisch-experimentelle Untersuchungsansätze und -ergebnisse*. In: Jäger, Ludwig (Hrsg.): *Zur historischen Semantik des deutschen Gefühlswortschatzes. Aspekte, Probleme und Beispiele seiner lexikographischen Erfassung*. 1. Auflage. Aachen: Alano Verlag, 1988.

Dittler, Ullrich: *Frauen und Computerspiele (Teil 1). Geschlechtsspezifische Unterschiede im Umgang mit Video- und Computerspielen*. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): *Search&Play Plus. Interaktive Datenbank für Computerspiele. Update I/2003*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003.

Donsbach, Wolfgang: *Selektivität im Prozeß der Medienwirkung. Methodischer Neuansatz zu einem klassischen Thema*. In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): *Fortschritte der Publizistikwissenschaft*. Freiburg/München: Karl Alber Verlag, 1990.

Eco, Umberto: *Zeichen. Einführung in einen Begriff und seine Geschichte*. Aus dem Italienischen übersetzt von Günter Memmert. 1. Auflage. Titel der Originalausgabe: Segmo. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 1977.

Eilders, Christiane: *Befragung*. In: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (Hrsg.): *Medien von A bis Z*. Schriftenreihe Band 564. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2006.

Erdmann, Karl Otto: *Die Bedeutung des Wortes. Aufsätze aus dem Grenzgebiet der Sprachpsychologie und Logik*. 4. Auflage. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1966.

Esser, Heike/Witting, Tanja (2003b): *Nicht nur das Wirkende bestimmt die Wirkung. Über Vielfalt und Zustandekommen von Transferprozessen beim Bildschirmspiel*. In: Fehr, Wolfgang/Fritz, Jürgen (Hrsg.): *medienpädagogik. Computerspiele. Virtuelle Spiel- und Lernwelten*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003.

Esser, Heike/Witting, Tanja (2003a): *Virtuelle Gewalt zwischen Sport und Krieg. Zum Marketing von Ego-Shootern*. In: Fehr, Wolfgang/Fritz, Jürgen (Hrsg.): *medienpädagogik. Computerspiele. Virtuelle Spiel- und Lernwelten*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003 (CD-ROM).

Fehr, Wolfgang/Fritz, Jürgen (2003a): *Videospiele und ihre Typisierung*. In: Koordinierungsstelle Medienpädagogik Fachbereich Multimedia/IT, Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): *Search&Play Plus. Interaktive Datenbank für Computerspiele. Update I/2003*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003 (CD-ROM).

- Fehr, Wolfgang/Fritz, Jürgen (2003b): *Virtuelle Gewalt: Modell oder Spiegel?. Computerspiele aus der Sicht der Medienwirkungsforschung*. In: Fehr, Wolfgang/Fritz, Jürgen (Hrsg.): *medienpädagogik. Computerspiele. Virtuelle Spiel- und Lernwelten*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003.
- Feierabend, Sabine/Rathgeb, Thomas: *Medienverhalten Jugendlicher 2004. Neueste Ergebnisse der JIM-Studie Jugend, Information, (Multi-)Media*. In: Ridder, Christa-Maria (Hrsg.): *Media Perspektiven 7/2005*. Frankfurt am Main: ARD Sales & Services, 2005.  
[www.ard-werbung.net/showfile.phtml/07-2005\\_feierabend.pdf?foid=15022](http://www.ard-werbung.net/showfile.phtml/07-2005_feierabend.pdf?foid=15022)  
[27. Juni 2007, 15:06].
- Fix, Ulla: *Grammatik des Wortes. Semantik des Textes. Freiräume und Grenzen für die Herstellung von Sinn?* In: Jannidis, Fotis/Lauer, Gerhard, Martínez, Matías, Winko, Simone (Hrsg.): *Regeln der Bedeutung. Zur Theorie der Bedeutung literarischer Texte*. In: ibidem: *Revisionen. Grundbegriffe der Literaturtheorie*. Berlin/New York: Walter de Gruyter, 2003.
- Freisaat Bayern: *Gesetzesantrag des Freistaats Bayern. Entwurf eines Gesetzes zur Verbesserung des Jugendschutzes (JuSchVerbG)*. Drucksache 76/07. In: Linke, Camilla (Hrsg.): *Bundesrat. Parlamentsmaterialien. Drucksache 76/07*. Berlin: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft, 2007.  
[http://www.bundesrat.de/cln\\_050/SharedDocs/Drucksachen/2007/0001-0100/76-07](http://www.bundesrat.de/cln_050/SharedDocs/Drucksachen/2007/0001-0100/76-07)  
[Stand: 18. Juli 2007, 15:02].
- Fritz, Jürgen (2003a): *Virtuelle Spielwelten*. In: Koordinierungsstelle Medienpädagogik Fachbereich Multimedia/IT, Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): *Search&Play Plus. Interaktive Datenbank für Computerspiele*. Update I/2003. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003 (CD-ROM).
- Fritz, Jürgen (2003b): *Aktion, Kognition, Narration. Der Versuch einer Systematisierung der Computerspiele in praktischer Hinsicht*. In: Fehr, Wolfgang/Fritz, Jürgen (Hrsg.): *medienpädagogik. Computerspiele. Virtuelle Spiel- und Lernwelten*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003 (CD-ROM).
- Fritz, Jürgen (2003c): *Was Computerspieler fasziniert und motiviert: Macht, Herrschaft und Kontrolle*. In: Koordinierungsstelle Medienpädagogik Fachbereich Multimedia/IT, Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): *Search&Play Plus. Interaktive Datenbank für Computerspiele*. Update I/2003. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003 (CD-ROM).
- Fritz, Jürgen (2003d): *So wirklich wie die Wirklichkeit. Über Wahrnehmung und kognitive Verarbeitung realer und medialer Ereignisse*. In: Fehr, Wolfgang/Fritz, Jürgen (Hrsg.): *medienpädagogik. Computerspiele. Virtuelle Spiel- und Lernwelten*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003 (CD-ROM).
- Fritz, Jürgen (2003e): *Computerspiele – logisch einfach, technisch verwirrend, sozial komplex. Was unter Computerspielen verstanden und wie mit ihnen umgegangen wird*. In: Fehr, Wolfgang/Fritz, Jürgen (Hrsg.): *medienpädagogik. Computerspiele. Virtuelle Spiel- und Lernwelten*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003 (CD-ROM).

- Fritz, Jürgen (2003f): *Warum eigentlich spielt jemand Computerspiele? Macht Herrschaft und Kontrolle faszinieren und motivieren*. In: Fehr, Wolfgang/Fritz, Jürgen (Hrsg.): *Medienpädagogik. Computerspiele. Virtuelle Spiel- und Lernwelten*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003.
- Früh, Werner: *Lesen, Verstehen, Urteilen. Untersuchungen über den Zusammenhang von Textgestaltung und Textwirkung. Mit einem Vorwort von Winfried Schulz*. München: Verlag Karl Alber, 1980.
- Game Face. Kulturelle Zeitschrift für Games Entwicklung: *Medienwirkungsforschung*. März 2007. No.21. Berlin: Suct Verlag, 2007.
- Gamepro.de: *Nintendo DS. Am schnellsten verkaufte Konsole Europas. News vom 26.06.2007*.  
[http://www.gamepro.de/news/vermischtes/nintendo\\_ds/1301237/nintendo\\_ds.html](http://www.gamepro.de/news/vermischtes/nintendo_ds/1301237/nintendo_ds.html)  
[Stand: 03. Juli 2007, 14:50].
- /GameStar/dev. Magazin für Spiele-Entwicklung und Business-Development : *Der Status Quo. Jugendschutz in Deutschland. Magazin für 01/2007*. München: IDG Entertainment Media GmbH, 2007.
- Gamezone.de: *Sony PSP. Verkaufszahlen veröffentlicht. Sony PSP. News*.  
[http://www.gamezone.de/news\\_detail.asp?nid=36342](http://www.gamezone.de/news_detail.asp?nid=36342)  
[Stand: 03. Juli 2007, 14:59].
- Gangloff, Tilmann P.: *Ich sehe was, was du nicht siehst. Medien in Europa: Perspektiven des Jugendschutzes*. Berlin: Vistas Verlag, 2001.
- Gemünden, Gerd: *Die hermeneutische Wende. Disziplin und Sprachlosigkeit nach 1800*. In: American University Studies (Hrsg.): *Series III. Comparative Literature. Vol. 30*. New York et al.: Peter Lang, 1990.
- Gerrig Richard J./Zimbardo, Philip G.: *Psychologie*. Bearbeitet und herausgegeben von Siegfried Hoppe-Graff und Irma Engel. Unter Mitarbeit von Barbara Keller. 7.) neu übersetzte und bearbeitete Auflage mit 213 zum teil farbigen Abbildungen und 70 Tabellen. Berlin et al.: Springer Verlag, 1999.
- Gerstenberger, K.-Peter/Klingelstein, Marek: *Crashkurs Kind und Computerspiele*. In: Feibel, Thomas (Hrsg.): *Medien-Fit in 90 Minuten*. Stuttgart/Freiburg: Ernst Klett Verlag/Velber Verlag, 2005.
- Giegler, Helmut/Merten, Klaus/Uhr, Friederike: *Grundlegende Ansätze und Methoden der Medienwirkungsforschung*. In: Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung BiB (Hrsg.): *Materialien zur Bevölkerungswissenschaft. Sonderheft 20*. Wiesbaden: BiB, 1992.
- Gimmler, Rainer: *Computer und Videospiele*. In: Gimmler, Rainer/Gleich, Uli/Six, Ulrike (Hrsg.): *Kommunikationspsychologie – Medienpsychologie. Lehrbuch*. 1. Auflage. Weinheim/Basel: Beltz Verlag, 2007.



- Grabowski, Joachim: *Der propositionale Ansatz der Textverständlichkeit: Kohärenz, Interessantheit und Behalten*. In: Groeben, Norbert/Piontkowski, Ursula/Sader, Manfred (Hrsg.): *Arbeiten zur sozialwissenschaftlichen Psychologie. Heft 24*. Münster: Aschendorffsche Verlagsbuchhandlung, 1991.
- Grawe, Christian: *Friedrich Schiller ‚Die Räuber‘. Erläuterungen und Dokumente*. Stuttgart: Reclam, 1976.
- Grimm, Jürgen (1999): *Fernsehgewalt. Zuwendungsattraktivität. Erregungsverläufe. Sozialer Effekt. Zur Begründung und praktischen Anwendung eines kognitiv-physiologischen Ansatzes der Medienrezeptionsforschung am Beispiel von Gewaltdarstellungen*. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999.
- Grimm, Jürgen (2000): *Mediengewalt – Wirkungen jenseits von Imitation. Zum Einfluss ästhetischer und dramaturgischer Faktoren auf die Aggressionsvermittlung*. In: Bergmann, Susanne (Hrsg.): *Mediale Gewalt – Eine reale Bedrohung für Kinder? Schriften zur Medienpädagogik 31*. Bielefeld: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland (GMK), 2000.
- Grimm, Jürgen (2002): *A.III.2 Wirkungsforschung II: Differentiale der Mediengewalt – Ansätze zur Überwindung der Individualisierungs- und Globalisierungsfalle innerhalb der Wirkungsforschung*. In: Bohrmann, Thomas/Hausmanninger, Thomas (Hrsg.): *Mediale Gewalt*. München: Wilhelm Fink Verlag, 2002.
- Grote, Michael/Sinnokrot, Carmen: *Rechtmäßigkeit einer bundesgesetzlichen Verbotsregelung für die Einfuhr, den Verkauf und die Vermietung von gewaltverherrlichenden Computerspielen („Killerspiele“). Ausarbeitung*. In: Deutscher Bundestag (Hrsg.): *Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages. WD 3 - 263/06. 15.08.2006*.  
<http://www.bundestag.de/bic/analysen/2006/killerspiele.pdf>  
[Stand: 24. Juli 2007, 15:09].
- Hackl-Röbler, Sabine: *Textstruktur und Textdesign. Textlinguistische Untersuchungen zur sprachlichen und optischen Gestaltung weicher Zeitungsnachrichten*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2006.
- Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg: *Das deutsche Jugendschutzsystem im Bereich der Video- und Computerspiele. Endbericht, 28.6.2007*.  
<http://www.hans-bredwo-institut.de/presse/070628Endbericht.pdf>  
[Stand: 30. Juli 2007, 19:28].
- Haselböck, Hans-Joachim: *Zur Wirkung kommerzieller und nicht-kommerzieller Werbung (Inaugural-Dissertation)*. Frankfurt am Main: Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main, 1980.
- Hausmanninger, Thomas (2002a): *0. Voraussetzungen: Was in diesem Buch unter Ethik und unter Gewalt verstanden wird*. In: Bohrmann, Thomas/Hausmanninger, Thomas (Hrsg.): *Mediale Gewalt*. München: Wilhelm Fink Verlag, 2002.

- Hausmanning, Thomas (2002b): *B.II.1 Vom individuellen Vergnügen und lebensweltlichen Zweck der Nutzung gewalthaltiger Filme*. In: Bohrmann, Thomas/Hausmanning, Thomas (Hrsg.): *Mediale Gewalt*. München: Wilhelm Fink Verlag, 2002.
- Heise Online: *Bericht: Nintendo verkauft 222.000 Wii-Konsolen in Deutschland*. News vom 18.05.2007.  
<http://www.heise.de/newsticker/meldung/89889>  
[Stand: 27. Juni 2007, 15:27].
- Hermanns, Fritz: *Kognition, Emotion, Intention. Dimensionen lexikalischer Semantik*. In: Harras, Gisela (Hrsg.): *Institut für Deutsche Sprache. Jahrbuch 1993. Die Ordnung der Wörter. Kognitive und lexikalische Strukturen*. Berlin/New York: Walter de Gruyter, 1995.
- IDG Entertainment Verlag (Hrsg.): *GamePro. Mediadaten 2007*.  
[www.gamepro.de/filesserver/idgwpgp/files/372.pdf](http://www.gamepro.de/filesserver/idgwpgp/files/372.pdf)  
[Stand: 09. Juli 2007, 14:33].
- Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW):  
Werbeträgerdaten. Presseerzeugnisse. Quartalsauflagen. Computer Bild Spiele.  
[http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=3827&p=\\$1\\$cklHKfo.\\$ZJPFiQ5QZ1WQ1jZrsnW91&detail=true](http://daten.ivw.eu/index.php?menuid=1&u=3827&p=$1$cklHKfo.$ZJPFiQ5QZ1WQ1jZrsnW91&detail=true)  
[Stand: 27. Juni 2007, 14:41].
- Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW):  
*Online. IVW-Ausweisung. IVW Online Nutzungsdaten. GamePro*.  
<http://www.ivwonline.de/ausweisung2/search/angebot.php>  
[Stand: 09. Juli 2007, 11:59].
- Initiative D21/TNS Infratest: *(N)ONLINER Atlas 2006. Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland. Nutzung und Nichtnutzung des Internets, Strukturen und regionale Verteilung. Inklusive Sonderteil „Sicher Surfen: Wie schützen sich deutsche Onliner im Internet?“* Hamburg: TNS Infratest, 2006.
- Jung, Matthias: *Hermeneutik zur Einführung. Auslegung, Interpretation, Verstehen, Deutung*. Hamburg: Junius Verlag, 2001.
- Jung von Matt AG/Electronic Arts GmbH/GEE Magazin: *Spielplatz Deutschland. Typologie der Computer- und Videospiele. Demografie, Freizeit, Konsum. Potenziale des In-Game-Advertisings*. Hamburg: Jung von Matt et al., 2006.  
<http://www.spielplatz-deutschland.de/>  
[Stand: 19. August 2007, 17:03].
- Kassis, Wassilis: *Unbeherrschte oder Zügellose? Eine aristotelische Klassifikation und ihre Koppelung mit Fritz' These der Gewalttrahmungskompetenz bei extensiven Nutzern gewaltorientierter Computerspiele*. In: Zeitschrift für Pädagogik. Heft 2/2007.  
Weinheim/Basel: Beltz Verlag, 2007.

- Klapper, Joseph T.: *The Effects of Mass Communication*. In: Berelson, Bernard/Lazarsfeld, Paul F. (Hrsg.): *Foundations of Communications Research. Third Volume*. New York: The Free Press, 1960.
- Kleinbeck, Uwe/Quäck, Almut/Wegge, Jürgen: *Motive der Bildschirmspieler. Die Suche nach virtueller Macht, künstlicher Harmonie und schnellen Erfolgen?* In: Fritz, Jürgen (Hrsg.): *Warum Computerspiele faszinieren. Empirische Annäherungen an Nutzung und Wirkung von Bildschirmspielen*. Weinheim/München: Juventa Verlag, 1995.
- Kövecses, Zoltán: *Metaphor and Emotion. Language, Culture, and Body in Human Feeling*. In: Manstead, Antony/Oatley, Keith (Hrsg.): *Studies in emotion and social interaction*. Second Series. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- Kromrey, Helmut: *Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung*. 10., vollständig überarbeitete Auflage. Opladen: Verlag Leske + Budrich, 2002.
- Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid: *Medien und Gewalt. Befunde der Forschung seit 1998*. Berlin: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, 2004.
- Ladas, Manuel (2002): *Brutale Spiele(r)? Wirkung und Nutzung von Gewalt in Computerspielen*. Frankfurt am Main: Peter Lang. Europäischer Verlag der Wissenschaften, 2002.
- Ladas, Manuel (2003): *Brutale Spiele(r)? Eine Befragung von 2141 Computerspielern zu Wirkung und Nutzung von Gewalt*. In: Rötzer, Florian (Hrsg.): *Telepolis. Virtuelle Welten – reale Gewalt*. 1. Auflage. Hannover: Verlag Heinz Heise, 2003.
- Langer, Jörg: „Killerspiele und die EU. Wieso ein deutsches „Killerspiel“-Verbot nach hinten losgehen könnte. In: Hopp, Marius (Hrsg.): *International Games Magazine. Nr. 6 vom 08. Dezember 2006*.  
[http://www.publishingoffice.de/artikel/IGM\\_Killerspiele\\_und\\_die\\_EU.pdf](http://www.publishingoffice.de/artikel/IGM_Killerspiele_und_die_EU.pdf)  
[Stand: 08. Dezember 2006, 17:29].
- Lazarsfeld, Paul F./Berelson, Bernard/Gaudet, Hazel: *The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Third Edition. New York/London: Columbia University Press, 1968.
- Linden, Peter: *Wie Texte wirken. Anleitung zur Analyse journalistischer Sprache*. Bonn: ZV Zeitungs-Verlag Service, 1998.
- Lobenwein, Hans-Karl: *Die Werbung als publizistische Mitteilungs- und Beeinflussungsform. Wertung, Wirkung, Möglichkeiten in publizistikwissenschaftlicher Betrachtung* (Inaugural-Dissertation). Universität Nürnberg, 1955.
- Lode, Stefan: *Gewalt im Fernsehen. Entwicklung und Wirkung von Gewalt im Fernsehen, verfassungsrechtliche Vorgaben und bestehende Regularien* (Inaugural-Dissertation). Westfälische Wilhelms-Universität Münster, 1998.

- Lukesch, Helmut: *Wirkungen gewalthaltiger Video- und Computerspiele*. In: Hänsel, Renate/Hänsel, Rudolf (Hrsg.): *Da spiel ich nicht mit! Auswirkungen von „Unterhaltungsgewalt in Fernsehen, Video- und Computerspielen – und was man dagegen tun kann. Eine Handreichung für Lehrer und Eltern*. 2. Auflage. Donauwörth: Auer Verlag, 2006.
- Maletzke, Gerhard: *Medienwirkungsforschung. Grundlagen, Möglichkeiten, Grenzen*. In: Baacke, Dieter/Gast, Wolfgang/Straßner, Erich (Hrsg.): *Medien in Forschung + Unterricht. Serie B. Band 1*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1981.
- MAN!AC. *Die ganze Welt der Videospiele: Ausgaben 1/2005 bis 12/2005 und 1/2007*. Mering: Cybermedia Verlagsgesellschaft, 2005/2007.
- Mayring, Philipp: *Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken*. 3., überarbeitete Auflage. Weinheim: Psychologie Verlags Union, 1996.
- McCombs, Maxwell E./Shaw, Donald L.: *The agenda-setting function of mass media*. In: *Public Opinion Quarterly*, 36, 1972.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): *JIM 2005. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. Stuttgart, 2005.  
[www.mpfs.de/fileadmin/Studien/JIM2005.pdf](http://www.mpfs.de/fileadmin/Studien/JIM2005.pdf)  
[Stand: 09. Juli 2007, 12:50].
- Mey, Jacob L.: *Pragmatics. An Introduction*. Oxford/Cambridge: Blackwell, 1996.
- Meyer-Hentschel, Gundolf: *Aktivierungswirkung von Anzeigen. Messverfahren für die Praxis*. In: Kroeber-Riel, Werner et al. (Hrsg.): *Konsum und Verhalten. Band 6*. Würzburg/Wien: Physica Verlag, 1983.
- Mikos, Lothar: *Beobachtete Gewalt – reale Gewaltformen. Die Faszination medialer Gewaltdarstellungen*. In: Bergmann, Susanne (Hrsg.): *Mediale Gewalt – Eine reale Bedrohung für Kinder? Schriften zur Medienpädagogik 31*. Bielefeld: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland (GMK), 2000.
- Müller, Claudia: *Die ökonomische Theorie der Werbung – Gestaltung und Wirkung der Werbung aus informationsökonomischer Sicht* (Inaugural-Dissertation). Frankfurt am Main: Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main, 1994.
- Neitzel, Britta: *Gespielte Geschichten. Struktur- und prozessanalytische Untersuchungen der Narrativität von Videospiele* (Inaugural-Dissertation). Universität Weimar, 2000.  
[http://deposit.ddb.de/cgi-bin/dokserv?idn=970619278&dok\\_var=d1&dok\\_ext=pdf&filename=970619278.pdf](http://deposit.ddb.de/cgi-bin/dokserv?idn=970619278&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=970619278.pdf)  
[Stand: 07. Mai 2007, 10:47].

- Nielsen Interactive Entertainment/Interactive Software Federation of Europe: *Research Report: Video Gamers in Europe - 2005. April 2005.*  
[www.transposia.nl/content/b2b/pdf/researchreport.pdf](http://www.transposia.nl/content/b2b/pdf/researchreport.pdf)  
[Stand: 08. August 2007, 15:17].
- Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD): *Working party on the Information Economy. Digital Broadband Content: The online computer and video game industry. 12-May-2005.*  
<http://www.oecd.org/dataoecd/42/12/35393145.pdf>  
[Stand: 17. März 2006, 12:34].
- Ort, Claus-Michael: *Systemtheorie und Hermeneutik? Kritische Anmerkungen zu einer Theorieoption aus literaturwissenschaftlicher Sicht.* In: de Berg, Hank/Prangel, Matthias (Hrsg.): *Systemtheorie und Hermeneutik.* Tübingen/Basel: A. Francke Verlag, 1997.
- playstationportable.de: *Endlich: Hardwarezahlen aus Deutschland.* In: *Hardware Nachricht vom 01.01.2006.*  
<http://www.playstationportable.de/index.php?d=1138757316>  
[Stand: 03. Juli 2007, 14:43].
- Praxamer, Sandra: *Effekte der Kommunikatoreigenschaften Attraktivität und Dynamik in der persuasiven Kommunikation. Eine empirische Studie zur Werbewirkungsforschung.* Aachen: Shaker Verlag, 2001.
- Prokop, Dieter: *Medien-Macht und Massen-Wirkung. Ein geschichtlicher Überblick.* In: Neumann, Gerhard/Schnitzler, Günther (Hrsg.): *Rombach Wissenschaft – Reihe Litterae. Band 34.* 1. Auflage. Freiburg im Breisgau: Rombach Verlag, 1995.
- Pürer, Heinz: *Kritik und Rezension in der Zeitung.* In: Pürer, Heinz (Hrsg.): *Praktischer Journalismus. In Zeitung, Radio und Fernsehen.* Mit einer Berufs- und Medienkunde für Journalisten in Österreich, Deutschland und der Schweiz. 4., überarbeitete und erweiterte Auflage. Salzburg: Kuratorium für Journalistenausbildung, 1996.
- Rheinberg, Falko: *Motivation. Grundriss der Psychologie. Band 6.* 4., überarbeitete und erweiterte Auflage. In: Selg, Hernert/Ulich, Dieter (Hrsg.): *Grundriss der Psychologie: eine Reihe in 22 Bänden.* Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer/Urban-Taschenbücher, 2002.
- Rogge, Jan-Uwe: *Vom Gebrauch des Video-Horrors: Stil, Körpererfahrung, Angst-Lust und Leiden.* In: Ammann, Daniel/Doelker, Christian (Hrsg.): *Tatort Brutalo. Gewaltdarstellungen und ihr Publikum.* Mit Beiträgen von Siegfried Zielinski et al. Zürich: Pestalozzianum-Verlag, 1995.
- Ronneberger, Franz: *Sozialisation durch Massenkommunikation.* In: Ronneberger, Franz (Hrsg.): *Sozialisation durch Massenkommunikation. Der Mensch als soziales und personales Wesen.* Band IV. Mit 14 Abbildungen und 44 Tabellen. Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag, 1971.

- Rötzer, Florian: *Gewaltbereitschaft kann auch durch Lektüre von Texten verstärkt werden*. In: Heise Zeitschriften Verlag (Hrsg.): *Telepolis*.  
<http://www.heise.de/tp/r4/artikel/24/24907/1.html> [Stand: 05. Mai 2007, 15:12].
- Ruß-Mohl, Stephan: *Journalismus.. Das Hand- und Lehrbuch*. Mit Karikaturen von Andrea Faragó, Greser & Lenz, Rainer Hachfeld, Thomas Plassmann, Jan Tomaschoff und Freimut Wössner. Erste Auflage. Frankfurt am Main: F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen, 2003.
- Schaumann, Malte: *SES Research. Unternehmensanalyse Computec Media. Ersteinschätzung 27.08.2004*.  
[www.computec.de/berichte/Computec.pdf](http://www.computec.de/berichte/Computec.pdf)  
[Stand: 06. Mai 2007, 19:42].
- Schlapp Hermann: *Einstieg in den Journalismus. Ein Leitfaden zum Handwerk*. 4., vollständig überarbeitete Auflage (vormals Schriften zur Medienpraxis. Band 4). Aarau: Bildung Sauerländer, 2001.
- Schulz, Winfried: *Inhaltsanalyse*. In: Noelle-Neumann/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): *Publizistik. Massenkommunikation*. 2. Auflage. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 2003.
- Schütte, Dagmar: *Das schöne Fremde: anglo-amerikanische Einflüsse auf die Sprache der deutschen Zeitschriftenwerbung*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1996.
- Shell Deutschland Holding (Hrsg.): *Jugend 2006. Eine pragmatische Generation unter Druck*. Schriftenreihe Band 571. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2006.
- Sozioland (Hrsg.): *Tabellenband. Games 2005. Mehr als nur ein Spiel?*  
[http://www.sozioland.de/rp/games/tabellen\\_games.pdf](http://www.sozioland.de/rp/games/tabellen_games.pdf)  
[Stand: 07. Mai 2007, 11:05].
- Spielraum – Institut zur Förderung von Medienkompetenz: Level II. Wirtschaftsgut. In: Fachhochschule Köln (Hrsg.): *Spielraum*.  
<http://www1.fh-koeln.de/spielraum/level2/wirtschaftsgut/>  
[Stand: 03. Juli 2007, 16:25].
- Straßner, Erich: *4. Mediendeutsch – Schweinedeutsch?* In: Bucher, Hans-Jürgen/Straßner, Erich (Hrsg.): *Mediensprache, Medienkommunikation. Medienkritik*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1991.
- Suchtreffer AG: *Glossar. Page Impressions*.  
[http://www.suchtreffer.de/glossar\\_p.html](http://www.suchtreffer.de/glossar_p.html)  
[Stand: 09. Juli 2007, 11:53].
- sueddeutsche.de: *Debatte um Killerspiele. „Sie animieren Jugendliche, andere Menschen zu töten“*. <http://www.sueddeutsche.de/deutschland/artikel/314/92222/>  
[Stand: 06. Juni 2007, 14:45].



- Swanbrow, Diane: *When God sanctions violence, believers act more aggressively*. In: University of Michigan (Hrsg.): *News Service*. Mar. 5, 2007. <http://www.ns.umich.edu/htdocs/releases/story.php?id=3191> [Stand: 05. Mai 2007, 15:34].
- Universidad Europea de Madrid: Women and videogames. Habits and preferences of the video gamers. . [www.womeningamesinternational.org/resources/content/perez\\_2006\\_womenandgames.pdf](http://www.womeningamesinternational.org/resources/content/perez_2006_womenandgames.pdf) [Stand: 08. August 2007, 15:33].
- Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK): *Die Alterskennzeichen. Die fünf Kennzeichen und was sie bedeuten*. [http://www.usk.de/90\\_Die\\_Alterskennzeichen.htm](http://www.usk.de/90_Die_Alterskennzeichen.htm) [Stand: 24. Juli 2007, 18:01].
- Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK): *Die Genres der USK*. [http://www.usk.de/91\\_Die\\_Genres\\_der\\_USK.htm](http://www.usk.de/91_Die_Genres_der_USK.htm) [Stand: 24. Juli 2007, 18:17].
- Urban, Sandra: *Der Zusammenhang von Anzeigenschaltung und Testbewertung am Beispiel der Ego-Shooter* (Magisterarbeit). Jena: Friedrich-Schiller-Universität, 2006. <http://www.content.grin.com/data/20/65180.pdf> [Stand: 07. Mai 2007, 10:17; Link defekt!].
- Verband der Unterhaltungssoftware Deutschland e.V. (Hrsg.): *Jahrbuch 2004. Unterhaltungssoftwaremarkt in Deutschland*. 1. Auflage. Paderborn: Entertainment Media Verlag, 2004. [www.schnittpunkt-ev.de/download/Tagungen/VUD\\_Jahresbericht\\_2004.pdf](http://www.schnittpunkt-ev.de/download/Tagungen/VUD_Jahresbericht_2004.pdf) [Stand: 09. Juli 2007, 13:10].
- Weiss, Rudolf H.: *Horror-Gewalt-Video-Konsum bei Jugendlichen. Gefühlsreaktionen – Persönlichkeit – Identifikation Täter/Opfer*. In: Lukesch, Helmut (Hrsg.): *Medienforschung. Band 3. Wenn Gewalt zur Unterhaltung wird. Beiträge zur Nutzung und Wirkung von Gewaltdarstellungen in audiovisuellen Medien*. Mit Beiträgen von Hans-Bernd Brosius, Werner Glogauer, Helmut Lukesch, Michael Scheungrab, Iris Schmitt, Horst Stiegler und Rudolf H. Weiß. Regensburg: S. Roderer Verlag, 1990.
- Welt Online: *Michelangelo würde heute Spiele programmieren*. [http://www.welt.de/kultur/article1120681/Michelangelo\\_wuerde\\_heute\\_Spiele\\_programmieren.html](http://www.welt.de/kultur/article1120681/Michelangelo_wuerde_heute_Spiele_programmieren.html) [Stand: 22. August 2007, 09:30].
- Wiemken, Jens: *Attentat verhindert, Bombe entschärft, Geisel tot. Sind Ego-Shooter wirklich so problematisch wie man gemeinhin glaubt?* In: Fehr, Wolfgang/Fritz, Jürgen (Hrsg.): *Medienpädagogik. Computerspiele. Virtuelle Spiel- und Lernwelten*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003 (CD-ROM).

---

Winko, Simone: *Kodierte Gefühle. Zu einer Poetik der Emotionen in lyrischen und poetologischen Texten um 1900*. In: Ernst, Ulrich/Weber, Dietrich/Zymner, Rüdiger (Hrsg.): *Allgemeine Literaturwissenschaft – Wuppertaler Schriften. Band 7*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2003.

## Anhang

### A. Vollständige Kodieranweisung für die Inhaltsanalyse – Teil 1

Spielspaßfaktoren	Erklärung/Stichworte	Beispielsatz	Ebene des Gehaltsinhalts		
<b>Grafik</b>	Effekte, Texturen, Kantenflimmern, Bildrate, Charakter- und Leveldesign, Look, Präsentation, Bildaufbau, Polygone	<i>Grafisch präsentiert sich „Mercenaries“ als zweischneidiges Schwert: Während Ihr Euch an bildschirmfüllenden Explosionen, einstürzenden Gebäuden und brennenden Fahrzeugen ergötzt, bleibt die Weitsicht auf der Strecke beziehungsweise verschwindet schnell im dichten Nebel.</i>	Orientierung an der Gewaltdefinition für reale bzw. virtuelle Gewalt: gewalthaltiger Inhalt gegeben, falls Satz eine Handlung ausdrückt, die Menschen, menschenähnliche Gegner, Tiere, Sachen, Pflanzen oder allgemein die Umwelt physisch, oder psychisch schädigen soll oder diese gegen die herrschenden moralischen Wertmaßstäbe bzw. dem allgemeinen ethischen Empfinden verstößt. Bereits einzelne Begriffe können Gewaltassoziationen wecken (z.B. Ego-Shooter, Wumme, Ballerei, Deathmatch etc.) und damit einen Satz gewalthaltig machen ( <b>vgl. Carter, Ronald:</b> 1.10 Structural semantics: Words and other words. S. 19ff. / <b>Fix, Ulla:</b> 1. Wort-Text – literarischer Text. S. 81ff.) Kodierzeichen: g	<b>Meta-Ebene I</b> Zuweisung einer Täter- bzw. Opferperspektive (Anwendung auf alle Subkategorien): Eine Täterperspektive ist dann gegeben, wenn ein Satz eine aktive Handlungsanweisung mit violenter Ausprägung für den Spieler/Leser darstellt. Eine Opferperspektive ist gegeben, wenn ein Satz die Auslieferung des Spielers/Lesers gegenüber einer gewalthaltigen Situation und dessen reaktive Verhaltensweise ausdrückt. Kodierzeichen: t bzw. o	<b>Meta-Ebene II</b> Zuweisung der Redateursdistanz (distanziert/undistanziert); (Anwendung nur auf Sätze mit violentem Inhalt): Eine Distanz des Redateurs zu einem Satz mit gewalthaltigem Inhalt ist gegeben, wenn dieser ausschließlich die im Spiel vorkommenden Handlungen ohne persönliche Meinung Bericht ähnlich wiedergibt/beschreibt. Eine Nähe zu einem gewalthaltigen Satz ist gegeben, wenn im Satz die subjektive Meinung des Autors mit einfließt, eine Kommentierung bzw. Beurteilung stattfindet. Kodierzeichen: +d (=distanziert) bzw. -d (=undistanziert)

**A. Vollständige Kodieranweisung für die Inhaltsanalyse – Teil 2**

<b>Sound</b>	Hintergrundmusik, Sprachausgabe, Sprachsamples, Surround(sound), Dolby ProLogic/Dolby Digital, dts, Akustik,	<i>Während in der englischen Originalfassung Stars wie David Duchovny, Marilyn Manson und Powers Boothe den Spielfiguren Leben einhauchen, müssen sich deutsche Zocker mit weniger bekannten, aber motivierten Sprechern abfinden.</i>
<b>Bedienung/Gameplay/Spielmechanik</b>	Steuerung, Controller, Tasten-Knopfbelegung, Bewegungsmöglichkeiten (Rennen, Schleichen, Fahren, Fliegen, Schwimmen etc.), Aktionsrahmen (allein gegen alle, steuern/befehlen von Teammitgliedern etc.), Spieldelemente (Adrenalin-, Sauerstoff-, Slow-Motion-, Gesundheits-, Munitionsanzeige/balken auf dem Screen), Spielperspektive (Ego, Third-Person, Draufsicht etc.), Originalität der Umsetzung, Beschreibung der Spielhandlungen (ballern, heilen, springen bzw. actionreich, langatmig, meditativ, spannend usw.), Taktikeinsatz	<i>So befreit Ihr im Team mit anderen Todgeweihten Gefangene, steht wilden Tigern gegenüber oder aktiviert Katapulte und tödliche Fallen.</i>
<b>Multiplayer/soziale Interaktion</b>	Internet/Netzwerk kompatibel, Spieleranzahl, Headset-Verwendung, kooperatives Spielen, Deathmatches	<i>Überzeugen konnte auch der Multiplayer-Modus, richtig spaßig wird es allerdings nur online mit 16 Mitspielern.</i>
<b>Story/Atmosphäre</b>	Hintergrundgeschichte, Spielhandlungsrahmen, Stimmung (Furcht einflößend, spannungsgeladen, gruselig, entspannend, bedrückend, Nerven zerreißen etc.), Charaktervorstellung	<i>Das multiplanetare Firmen-Konglomerat betreibt auf dem roten Planeten eine Forschungseinrichtung, in der Geheimniskrämerei an der Tagesordnung ist.</i>
<b>Gewalt/Destruktion/Waffen</b>	Anzahl der verfügbaren Waffensysteme; Beschreibung der Zerstörungsmöglichkeiten (Wände/Häuser kaputt, Panzer kampfunfähig schießen); Beschreibung von Gewaltanwendung ggü. Menschen bzw. virtuellen Gegenspielern	<i>Neben Fäusten, Lampe, Handgranaten und Pistole richtet Ihr acht weitere Waffen gegen das teuflische Pack.</i>

**A. Vollständige Kodieranweisung für die Inhaltsanalyse – Teil 3**

<b>Spieldauer</b>	Spielumfang, (Durch)Spielzeit	<i>Insgesamt sechs Abschnitte mit mehreren Unterkapiteln müsst Ihr in „Resident Evil 4“ meistern, um nach etwa 20 Spielstunden den Abspann zu sehen und die Hintergründe der rätselhaften Vorgänge in Spanien zu verstehen.</i>
<b>Level-Modianzahl</b>	Anzahl: Missionen, Areale, Maps, Levels, Welten, Stages, Kampagnen; Modianzahl: Solo-/Mehrspielermodus, Editor	<i>Gut, dass Euer alter Ego ebenfalls über außergewöhnliche Fähigkeiten verfügt: Nach etwa einem Drittel der 38 Levels infiziert sich Ethan Cole mit dem Alien-Virus.</i>
<b>Gegner-KI</b>	Beschreibung (der Fähigkeiten und Handlungsmöglichkeiten/der Aktionsradius) der Künstlichen Intelligenz	<i>Glücklicherweise kämpft Ihr an der Seite intelligenter KI-Soldaten, die nicht nur brav Befehle befolgen, sondern auch selbstständig das Feuer erwidern und in Deckung gehen.</i>
<b>Schwierigkeit</b>	Angabe des Schwierigkeitsgrades (von Missionen, Aufgaben etc.)/der -stufen; Beschreibung von Situationen, in denen der Spieler vorsichtig sein muss, um nicht das Game Over zu sehen; Verfügbarkeit von Medi-Packs, Heilvorrichtungen; Fairness; Frustelemente	<i>Im Gegensatz zum US-Original ist dies dank neuem „Leicht“-Modus nicht mehr ganz so happig.</i>

**B. Ergebnistabellen der inhaltsanalytisch untersuchten Artikel****Ergebnistabelle „Doom 3“**

	<b>g/insgesamt</b>	<b>gt/g</b>	<b>go/g</b>	<b>t/insg.</b>	<b>o/insg.</b>	<b>+d/g</b>	<b>-d/g</b>
<b>Grafik</b>	5/12	2/5	3/5	2/12	4/12	3/5	2/5
<b>Sound</b>	1/2	0/1	1/1	0/2	2/2	0/2	1/1
<b>Bedienung</b>	5/13	4/5	1/5	4/13	4/13	3/5	2/5
<b>Multiplayer/soziale Interaktion</b>	1/1	1/1	0/1	1/1	0/1	1/1	0/1
<b>Story/Atmosphäre</b>	5/15	1/5	4/5	3/15	7/15	4/5	1/5
<b>Gewalt/Destruktion/Waffen</b>	15/15	11/15	4/15	11/15	4/15	11/15	4/15
<b>Spieldauer</b>	1/1	1/1	0/1	1/1	0/1	0/1	1/1
<b>Level-/Modianzahl</b>	1/1	1/1	0/1	1/1	0/1	0/1	1/1
<b>Gegner-KI</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Schwierigkeit</b>	0/1	-	-	0/1	1/1	-	-
<b>Gesamt</b>	34/61; 55,7%	21/34; 61,8%	13/43; 38,2%	23/61; 37,7%	22/61; 36,1%	22/34; 64,7%	12/34; 35,3%

**Ergebnistabelle „Killer 7“**

	<b>g/insgesamt</b>	<b>gt/g</b>	<b>go/g</b>	<b>t/insg.</b>	<b>o/insg.</b>	<b>+d/g</b>	<b>-d/g</b>
<b>Grafik</b>	2/5	1/2	0/2	1/5	0/5	1/5	1/5
<b>Sound</b>	0/1	-	-	-	-	-	-
<b>Bedienung/Gameplay</b>	5/12	3/5	1/5	4/12	2/12	5/5	-
<b>Multiplayer/soziale Interaktion</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Story/Atmosphäre</b>	3/13	2/3	0/3	3/13	1/13	2/3	1/3
<b>Gewalt/Destruktion</b>	9/9	9/9	-	9/9	-	9/9	-
<b>Spieldauer</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Level-/Modianzahl</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Gegner-KI</b>	1/1	1/1	-	1/1	-	1/1	-
<b>Schwierigkeit</b>	2/4	1/2	0/2	1/4	0/4	0/2	2/2
<b>Gesamt</b>	22/45; 48,9%	17/22; 77,3%	-	19/45; 42,2%	3/45; 6,12%	19/22; 86,4%	4/22; 18,2%



**Ergebnistabelle „Far Cry Instincts“**

	<b>g/insgesamt</b>	<b>gt/g</b>	<b>go/g</b>	<b>t/insg.</b>	<b>o/insg.</b>	<b>+d/g</b>	<b>-d/g</b>
<b>Grafik</b>	2/6	2/2	-	2/6	-	1/6	1/6
<b>Sound</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Bedienung/Gameplay</b>	6/13	6/6	1/6	8/13	3/13	4/6	2/6
<b>Multiplayer/soziale Interaktion</b>	1/3	1/1	-	2/3	-	1/1	-
<b>Story/Atmosphäre</b>	2/5	1/2	1/2	2/5	2/5	2/2	-
<b>Gewalt/Destruktion</b>	11/11	10/11	4/11	10/11	4/11	10/11	1/11
<b>Spieldauer</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Level-/Modianzahl</b>	0/5	-	-	-	1/5	-	-
<b>Gegner-KI</b>	4/4	3/4	2/4	3/4	2/4	4/4	-
<b>Schwierigkeit</b>	2/4	2/2	1/2	2/4	2/4	2/2	-
<b>Gesamt</b>	28/51; 54,9%	25/28; 89,3%	9/28; 32,1%	29/51; 56,9%	14/51; 27,5%	24/28; 85,7%	3/28; 10,7%

**Ergebnistabelle „Killzone“**

	<b>g/insgesamt</b>	<b>gt/g</b>	<b>go/g</b>	<b>t/insg.</b>	<b>o/insg.</b>	<b>+d/g</b>	<b>-d/g</b>
<b>Grafik</b>	2/4	2/2	0/2	2/4	-	0/2	2/2
<b>Sound</b>	1/1	1/1	0/1	1/1	-	0/1	1/1
<b>Bedienung/Gameplay</b>	6/14; 42,9%	5/6	1/6	6/14; 42,8%	2/14	4/6	2/6
<b>Multiplayer/soziale Interaktion</b>	3/5	3/3	0/3	3/5	-	2/3	1/3
<b>Story/Atmosphäre</b>	7/15; 46,6%	6/7	0/7	6/15	-	4/7	3/7
<b>Gewalt/Destruktion</b>	18/18	15/18; 83,3%	3/18	18/18	-	17/18; 94,4%	1/18
<b>Spieldauer</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Level-/Modianzahl</b>	3/3	2/3	0/3	2/3	-	3/3	0/3
<b>Gegner-KI</b>	2/4	1/2	1/2	1/4	2/4	1/2	1/2
<b>Schwierigkeit</b>	4/5; 80%	0/4	4/4	-	5/5	4/4	0/4
<b>Gesamt</b>	46/69; 66,6%	35/46; 76,1%	9/46; 19,6%	39/69; 66,1%	9/69; 15,3%	35/46; 54,3%	11/46; 23,9%

**Ergebnistabelle „Brothers in Arms: Road to Hill 30“**

	<b>g/insgesamt</b>	<b>gt/g</b>	<b>go/g</b>	<b>t/insg.</b>	<b>o/insg.</b>	<b>+d/g</b>	<b>-d/g</b>
<b>Grafik</b>	1/4	-	-	-	-	1/4	-
<b>Sound</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Bedienung/Gameplay</b>	12/14	10/12	-	12/14	-	12/12	-
<b>Multiplayer/soziale Interaktion</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Story/Atmosphäre</b>	6/11	6/6	-	6/11	-	3/6	3/6
<b>Gewalt/Destruktion</b>	5/5	3/5	2/5	3/5	2/5	5/5	-
<b>Spieldauer</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Level-/Modianzahl</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Gegner-KI</b>	3/3	2/3	1/3	2/3	1/3	2/3	1/3
<b>Schwierigkeit</b>	2/8	2/2	-	2/8	2/8	1/2	1/2
<b>Gesamt</b>	29/45; 64,4%	23/29; 79,3%	3/29; 10,3%	25/45; 55,5%	5/45; 11,1%	24/29; 82,6%	5/29; 17,2%

**Ergebnistabelle „Resident Evil 4“**

	<b>g/insgesamt</b>	<b>gt/g</b>	<b>go/g</b>	<b>t/insg.</b>	<b>o/insg.</b>	<b>+d/g</b>	<b>-d/g</b>
<b>Grafik</b>	0/3	-	-	-	-	-	-
<b>Sound</b>	0/2	-	-	-	-	-	-
<b>Bedienung/Gameplay</b>	3/18	2/3	-	2/18	1/18	1/3	2/3
<b>Multiplayer/soziale Interaktion</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Story/Atmosphäre</b>	0/11	-	-	2/11	1/11	-	-
<b>Gewalt/Destruktion</b>	12/12	6/12	1/12	6/12	1/12	10/12	2/12
<b>Spieldauer</b>	0/1	-	-	-	-	-	-
<b>Level-/Modianzahl</b>	0/1	-	-	-	-	-	-
<b>Gegner-KI</b>	0/1	-	-	1/1	-	-	-
<b>Schwierigkeit</b>	0/4	-	-	1/4	1/4	-	-
<b>Gesamt</b>	15/53; 28,3%	25/15; 89,3%	1/15; 6,6%	12/53; 22,6%	4/53; 8%	11/15; 20,8%	4/15; 26,7%

**Ergebnistabelle „Mercenaries”**

	<b>g/insgesamt</b>	<b>gt/g</b>	<b>go/g</b>	<b>t/insg.</b>	<b>o/insg.</b>	<b>+d/g</b>	<b>-d/g</b>
<b>Grafik</b>	0/5	-	-	-	-	-	-
<b>Sound</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Bedienung/Gameplay</b>	3/12	2/3	1/3	5/12	1/12	3/3	-
<b>Multiplayer/soziale Interaktion</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Story/Atmosphäre</b>	1/10	1/1	-	1/10	-	1/1	-
<b>Gewalt/Destruktion</b>	6/6	6/6	-	6/6	-	6/6	-
<b>Spieldauer</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Level-/Modianzahl</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Gegner-KI</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Schwierigkeit</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Gesamt</b>	10/33; 30,3%	9/10; 90%	1/10; 10%	12/33; 36,4%	1/33; 3%	10/10; 100%	0/10; 0%

**Ergebnistabelle „Shadow of Rome”**

	<b>g/insgesamt</b>	<b>gt/g</b>	<b>go/g</b>	<b>t/insg.</b>	<b>o/insg.</b>	<b>+d/g</b>	<b>-d/g</b>
<b>Grafik</b>	0/5	-	-	-	-	-	-
<b>Sound</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Bedienung/Gameplay</b>	4/26	4/4	-	5/26	-	4/4	-
<b>Multiplayer/soziale Interaktion</b>	1/3	1/1	-	2/3	-	1/1	-
<b>Story/Atmosphäre</b>	2/24	2/2	-	2/24	-	2/2	-
<b>Gewalt/Destruktion</b>	6/7; 85,7%	6/6	-	6/7	-	5/7	1/7
<b>Spieldauer</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Level-/Modianzahl</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Gegner-KI</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Schwierigkeit</b>	3/4	2/3	1/3	2/4	1/4	3/3	-
<b>Gesamt</b>	16/68; 23,5%	15/16; 93,8%	1/16; 6,2%	17/68; 25%	1/68; 1,5%	15/16; 93,8%	1/16; 6,2%

**Ergebnistabelle „Area 51”**

	<b>g/insgesamt</b>	<b>gt/g</b>	<b>go/g</b>	<b>t/insg.</b>	<b>o/insg.</b>	<b>+d/g</b>	<b>-d/g</b>
<b>Grafik</b>	1/1	-	-	-	-	-	1/1
<b>Sound</b>	0/2	-	-	-	-	-	-
<b>Bedienung/Gameplay</b>	8/13	8/8	-	9/13	-	5/8	3/8
<b>Multiplayer/soziale Interaktion</b>	1/1	1/1	-	1/1	-	1/1	-
<b>Story/Atmosphäre</b>	3/12	3/3	-	3/12	-	1/3	2/3
<b>Gewalt/Destruktion</b>	9/9	9/9	-	9/9	-	9/9	-
<b>Spieldauer</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Level-/Modianzahl</b>	0/2	-	-	-	-	-	-
<b>Gegner-KI</b>	1/1	-	1/1	-	1/1	1/1	-
<b>Schwierigkeit</b>	1/3	1/1	-	1/3	1/3	-	1/1
<b>Gesamt</b>	24/44; 54,6%	22/24; 91,7%	1/24; 4,2%	23/44; 52,3%	2/44; 4,5%	17/24; 70,8%	7/24; 29,2%

**Ergebnistabelle „Medal of Honour: European Assault”**

	<b>g/insgesamt</b>	<b>gt/g</b>	<b>go/g</b>	<b>t/insg.</b>	<b>o/insg.</b>	<b>+d/g</b>	<b>-d/g</b>
<b>Grafik</b>	0/4	-	-	-	-	-	-
<b>Sound</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Bedienung/Gameplay</b>	4/6	1/4	2/4	3/6	2/6	3/4	1/4
<b>Multiplayer/soziale Interaktion</b>	1/1	1/1	-	1/1	-	-	1/1
<b>Story/Atmosphäre</b>	2/5	1/2	1/2	2/5	2/5	-	2/2
<b>Gewalt/Destruktion</b>	1/1	1/1	-	1/1	-	1/1	-
<b>Spieldauer</b>	-	-	-	-	-	-	-
<b>Level-/Modianzahl</b>	0/1	-	-	1/1	-	-	-
<b>Gegner-KI</b>	3/5	2/3	1/3	3/5	1/5	2/3	1/3
<b>Schwierigkeit</b>	2/2	-	2/2	-	2/2	2/2	-
<b>Gesamt</b>	13/25; 52%	6/13; 37,5%	6/13; 37,5%	11/25; 44%	7/25; 28%	8/13; 61,5%	5/13; 38,5%

**C. Inhaltsanalytische Ergebnistabelle des Befragungsgegenstandes „F.E.A.R.“****Ergebnistabelle „F.E.A.R.“**

	<b>g/insgesamt</b>	<b>gt</b>	<b>go</b>	<b>t/insg.</b>	<b>o/insg.</b>	<b>+d/g</b>	<b>-d/g</b>
<b>Grafik</b>	0/3	-	-	0/3	0/3	-	-
<b>Sound</b>	0/1	-	-	0/1	0/1	-	-
<b>Bedienung/Gameplay</b>	4/7	3/4	1/4	3/7	1/7	2/4	2/4
<b>Multiplayer/soziale Interaktion</b>	0/1	-	-	0/1	0/1	-	-
<b>Story/Atmosphäre</b>	5/36	1/5	2/5	5/36	20/36	4/5	1/5
<b>Gewalt/Destruktion</b>	16/16	14/16	0/16	14/16	0/16	5/16	11/16
<b>Spieldauer</b>	0/0	-	-	0/0	0/0	-	-
<b>Level-/Modianzahl</b>	0/2	-	-	0/2	0/2	-	-
<b>Gegner-KI</b>	2/5	2/2	0/2	3/5	1/5	0/2	2/2
<b>Schwierigkeit</b>	1/2	0/1	1/1	0/2	1/2	1/1	0/1
<b>Gesamt</b>	28/73; 38,35%	20/27; 74,1%	4/27; 14,8%	25/73; 34,2%	23/73; 31,5%	12/28; 42,9%	16/28; 57,1%

## ***D. „Gewaltartikel“***

### **F.E.A.R.**

Der Herzschlag pocht in meinen Schläfen, während ich das leerstehende Industriegebäude durchquere. Ich bin umgeben von monochromer Düsternis. Da! Ein Schatten huscht an der Wand entlang – mein eigener. Die Taschenlampe an. Der kleine Lichtkegel durchbohrt die Finsternis. Besser. Eine Treppe führt mich tiefer in den Bauch dieses gottverlassenen Ortes. Wenige Schritte später höre ich in der Ferne einen verzerrten Schrei. Was war das? Wurde ich bemerkt? Nichts geschieht. Niemand kommt. Die Anspannung steigt, mein Körper ist erschöpft. Was nun? Völlig unerwartet bricht hinter mir ein Inferno los. Erschrocken schnelle ich herum, Lichter blitzen auf. Vor mir eine vermummte Gestalt. Der Kerl hat mich ausgetrickst und sich von hinten angeschlichen. Von rechts nähert sich ein weiterer. Wohin? Eine Flucht scheint unmöglich. Plötzlich verlangsamt sich die Welt um mich herum, als ob die Zeit stehen bliebe. Ich eröffne das Feuer. Dumpfes Dröhnen wummert in meinen Eingeweiden. Der Krieger weicht hinter Kisten zurück. Meine Schüsse fressen sich durch Holz und küssen blankes Metall. Erhellte von gleißenden Funken schweben Splitter in der Luft, als das erste Blei auf Fleisch trifft. Langsam stürzt mein Opfer zu Boden. Der zweite Soldat sucht sein Heil jenseits eines geschlossenen Fensters und hechtet los. Doch ich bin schneller: Noch während klirrend Glas zerbricht, wechsele ich meine Waffe und nagle ihn mit einem Stahlbolzen an die Wand. Leblose Glieder baumeln an seinem schlaffen Körper, als sich die Umwelt wieder beschleunigt.

### **Akte X lässt grüßen**

Wer um alles in der Welt begibt sich in eine solche Situation? Natürlich der Neue! Beim „First Encounter Assault Recon“ seid Ihr der Frischling. Die Eliteeinheit der US-Armee erkundet paranormale Aktivitäten. Als das menschliche Forschungsobjekt Paxon Fettel einen blutigen Aufstand anzettelt, wird ein Team in die Gebäude des Armachan-Rüstungskonzerns entsandt. Fettel kontrolliert mit telepathischen Fähigkeiten die Kämpfer einer Klon-Einheit. Eure Kollegen werden auf unerklärliche Weise liquidiert und allem Anschein nach steckt hinter Fettels Rachefeldzug ein mysteriöses Märchen.

Die Entwickler orientierten sich bei der kleinen Alma offensichtlich an Filmen wie *The Grudge*, „Ring“ oder „Akira“ – im Verlauf der zwölf Kapitel sorgt das PSI-Mädel immer wieder für Angst und Schrecken in der Duster-Action. Euer erster Auftrag lautet denn auch, Paxon Fettel im Alleingang aufzuspüren und dingfest zu machen. Stück für Stück erschließt Ihr Euch die grausigen Hintergründe. Hört Anrufbeantworter ab und durchsucht Computer nach relevanten Informationen! Die Mitglieder Eures Einsatz-Teams analysieren diese Daten und teilen Euch die neuesten Erkenntnisse via Funk mit.

### **Eins, zwei, drei – F.E.A.R!**

Die 360-Umsetzung des actionlastigen PC-Shooters führt Euch durch Industriehallen, Büroetagen und verwinkelte Versorgungstrakte – Konsolen-Kämpfer erwartet eine zusätzliche Bonus-Mission. Neben der Story-Kampagne versucht Ihr Euch an vier „Sofort-Action“-Szenarien. Bis zu drei Shooter-typische Wummen führt Ihr mit Euch, ungewöhnlich im Arsenal ist das hochmoderne Partikelgewehr: Ein Treffer verwandelt Eure Feinde in rauchende Skelette. Gepanzerten Klonkriegern rückt Ihr hingegen mit dem Stahlbolzen verschießenden „Penetrator“ auf den Leib.

Die gesamte Munition verbraten? Hebt Waffen erledigter Gegner auf oder vermöbelt Widersacher im Nahkampf. Mit dem Gewehrkolben in der Magengrube oder Eurem Stiefel im Gesicht geben Fettels Schergen erstaunlich schnell klein bei. Gegen mehrere Fieslinge habt Ihr so jedoch keine Chance. Meist patrouillieren sie im Team und koordinieren ihr Vorgehen mit großem Geschick. Zum Glück könnt Ihr bis zu zehn Medikits horten und nach Bedarf einsetzen.

Besonders spektakulär werden die knallharten Schießereien durch den Einsatz der aktuell angesagten Zeitlupe. Wie im PS2- und Xbox-Ego-Shooter „Project: Snowblind“ bewegt sich Euer Held durch übermenschliche Reflexe so schnell, dass Ihr die Umgebung verlangsamt wahrnehmt. Hier protzt die farbarm-triste Grafik mit Partikel- und Lichteffekten. Getroffene Gegner fliegen dank Ragdoll-Engine und Havok-2-Physik durch die Luft, Kisten zersplittern, selbst Wände werden in Mitleidenschaft gezogen. Erst durch überlegten Einsatz dieser Zeitlupen-Fähigkeit habt Ihr eine Chance gegen die äußerst clever agierenden, meist in Teams auftretenden KI-Schurken. Aber Obacht: Der Reflex-Boost steht nicht unbegrenzt zur Verfügung, lädt sich jedoch selbstständig wieder auf!

### **F.E.A.R. gewinnt!**

Die intensivsten Shoot-Outs seit dem 98er „Half-Life“ entwickeln durch die teamorientierte Schlaumeier-KI und dem Einsatz der Zeitlupe eine mitreißende Dynamik. Die beklemmende Atmosphäre lebt vom schaurig-schönen Schattenspiel und Funkenflug – die überragende Klangkulisse leistet ihren Beitrag. Erschrocken habe ich mich jedoch im Verlauf der etwas albern, aber ungewöhnlich erzählten Geschichte nur zweimal. Leider haben die Entwickler bei der Umsetzung vom PC eine vernünftige Rumble-Unterstützung ebenso vergessen wie eine auf großen Fernsehern gut sichtbare Trefferanzeige. Die kleinen Blutwölkchen überseht Ihr allzu schnell – so sterbt Ihr trotz üppigen Heil-Vorrats ruckzuck einige Tode. Als weitaus störender empfinde ich eine Anpassungsschlamperie, die auf die Entfernung der US-Splattereffekte zurückzuführen ist: Manche Gegner verschwinden nach Shotgun-Treffern spurlos. Und weshalb müssen 360-Spieler auf blutende Gegner verzichten, wo selbige doch in der ebenfalls ab 18 freigegebenen PC-Version enthalten sind? Trotz der genannten Mängel solltet Ihr Euch diesen intensiven Shooter aber nicht entgehen lassen!

**F.amose, E.xtreme, A.temberaubende und R.affinierte** Baller-Einlagen heben den Ego-Shooter weit über die durchschnittliche Genrekonkurrenz. Eintönige Optik, lineares Level-Design und instabiler Online-Modus hätten dies sicherlich nicht geschafft. Wer jedoch auf packende Shoot-Outs steht, kommt an „F.E.A.R.“ nicht vorbei – dank gesichtslosen, aber intelligenten Schurken, dicken Wummen und der hervorragend in Szene gesetzten Zeitlupen-Funktion setzt „F.E.A.R.“ in dieser Hinsicht Maßstäbe. Während notorische Nörgler beim Slow-Motion-Einsatz Abnutzungserscheinungen beklagen, könnte ich stundenlang durch Staub- und Partikelwolken tanzen. Die Kürzung um Blutfontänen ist sehr ärgerlich, vermitteln doch die roten Spitzer eine bessere Trefferrückmeldung.



## *E. Neutraler Artikel*

### **F.E.A.R.**

Der Herzschlag pocht in meinen Schläfen, während ich das leerstehende Industriegebäude durchquere. Ich bin umgeben von monochromer Düsternis. Da! Ein Schatten huscht an der Wand entlang – mein eigener. Die Taschenlampe an. Der kleine Lichtkegel durchbohrt die Finsternis. Besser. Eine Treppe führt mich tiefer in den Bauch dieses gottverlassenen Ortes. Wenige Schritte später höre ich in der Ferne einen verzerrten Schrei. Was war das? Wurde ich bemerkt? Nichts geschieht. Niemand kommt. Die Anspannung steigt, mein Körper ist erschöpft. Was nun? Völlig unerwartet bricht hinter mir ein Inferno los. Erschrocken schnelle ich herum, Lichter blitzen auf. Vor mir eine verummte Gestalt. Der Kerl hat mich ausgetrickst und sich von hinten angeschlichen. Von rechts nähert sich ein weiterer. Wohin? Eine Flucht scheint unmöglich. Plötzlich verlangsamt sich die Welt um mich herum, als ob die Zeit stehen bliebe. Ich muss etwas tun. Ich spüre die lauten Geräusche in meinem Magen vibrieren. Wir stehen uns gegenüber. Er weicht hinter Kisten zurück. Plötzlich sehe ich Rauch um mich herum. Überall liegen kaputte Kisten verstreut. Der verummte Mann ist geflohen. Wegen mir? Auch der zweite sucht sein Heil jenseits eines geschlossenen Fensters und hechtet los. Ich versuche ihm hinterher zu rennen. Doch zu spät. Daraufhin beschleunigt sich die Umwelt erneut.

### **Akte X lässt grüßen**

Wer um alles in der Welt begibt sich in eine solche Situation? Natürlich der Neue! Beim „First Encounter Assault Recon“ seid Ihr der Frischling. Die Eliteeinheit der US-Armee erkundet paranormale Aktivitäten. Als das menschliche Forschungsobjekt Paxon Fettel einen Aufstand anzettelt, wird ein Team in die Gebäude des Armachan-Rüstungskonzerns entsandt. Fettel kontrolliert mit telepathischen Fähigkeiten eine Klon-Einheit. Eure Kollegen verschwinden auf unerklärliche Weise und allem Anschein nach steckt dahinter ein mysteriöses Märchen.

Die Entwickler orientierten sich bei der kleinen Alma offensichtlich an Filmen wie „The Grudge“, „Ring“ oder „Akira“ – im Verlauf der zwölf Kapitel sorgt das PSI-Mädel immer wieder für Spielüberraschungen – meist unerfreuliche für den Spieler. Euer erster Auftrag lautet denn auch, Paxon Fettel zu finden und festzunehmen. Stück für Stück erschließt Ihr Euch die Hintergründe. Hört Anrufbeantworter ab und durchsucht Computer nach relevanten Informationen! Die Mitglieder Eures Einsatz-Teams analysieren diese Daten und teilen Euch die neuesten Erkenntnisse via Funk mit.

### **Eins, zwei, drei – F.E.A.R.!**

Die Xbox360-Umsetzung des PC- Spiels führt Euch durch Industriehallen, Büroetagen und verwinkelte Versorgungstrakte – Konsolenspieler erwartet eine zusätzliche Bonus-Mission. Neben der Story-Kampagne versucht Ihr Euch an vier „Sofort-Action“-Szenarien. Um alle Geheimnisse aufzuspüren braucht Ihr eine Menge Grips. Außerdem müsst Ihr die Euch zur Verfügung gestellten Gegenstände sinnvoll und zur richtigen Zeit einsetzen. Taschenlampe und ein Mini-Computer sind nur einige davon. Nur durch geschickten Einsatz der Objekte kommt ihr voran und meistert die mehr als elf Levels. Geschick am Controller braucht es auch: Die

Künstliche Intelligenz im Spiel ist sehr hoch. Die virtuellen Menschen handeln äußerst klug und vorausschauend. Meist patrouillieren sie im Team und koordinieren ihr Vorgehen mit großem Geschick. Zum Glück könnt Ihr bis zu zehn Medikits horten und nach Bedarf einsetzen. Eure Panzerung ist nämlich bei weitem nicht so stark wie die der Klone. Vorsicht ist also geboten!

Besonders spektakulär wird das Spielgeschehen durch den Einsatz der aktuell angesagten Zeitlupe. Wie im PS2- und Xbox-Spiel „Project: Snowblind“ bewegt sich Euer Held durch übermenschliche Reflexe so schnell, dass Ihr die Umgebung verlangsamt wahrnehmt. Hier protzt die farbarm-triste Grafik mit Partikel- und Lichteffekten. Erst durch überlegten Einsatz dieser Zeitlupen-Fähigkeit habt Ihr eine Chance gegen die äußerst clever agierenden, meist in Teams auftretenden Kollegen Paxon Fettels. Aber Obacht: Der Reflex-Boost steht nicht unbegrenzt zur Verfügung, lädt sich jedoch selbstständig wieder auf! Darüber hinaus bietet das Spiel der Firma Vivendi durch die Ragdoll-Engine eine hervorragende Physik. Alles bewegt und verhält sich wie im echten Leben. So wirft das Licht Eurer Taschenlampe exakte Schatten auf die Wände oder auch Gitter, die sich genauso verbiegen lässt wie man es in der Realität erwartet hätte.

### **F.E.A.R. gewinnt!**

Das intensivste Spielerlebnis seit dem 98er „Half-Life“ entwickelt durch die teamorientierte Schlaumeier-KI und dem Einsatz der Zeitlupe eine mitreißende Dynamik. Die Atmosphäre lebt vom Schattenspiel und Funkenflug – die überragende Klangkulisse leistet ihren Beitrag. Erschrocken habe ich mich jedoch im Verlauf der etwas albern, aber ungewöhnlich erzählten Geschichte nur zweimal. Leider haben die Entwickler bei der Umsetzung vom PC eine vernünftige Rumble-Unterstützung ebenso vergessen wie eine auf großen Fernsehern gut sichtbare Anzeige. Dadurch, dass man nicht immer alles optimal erkennt, muss man manchen Level nochmals von vorn beginnen. Das nervt – trotz üppigen Heil-Vorrats. Als weitaus störender empfinde ich einige Anpassungsschlampereien, die auf die Entfernung einiger US-Effekte zurückzuführen ist. Es stellt sich die Frage, weshalb man als deutscher Spieler im Gegensatz zu amerikanischen Videospielern darauf und auf einige andere Sachen verzichten muss. Trotz der genannten Mängel solltet Ihr Euch dieses intensive Spiel aber nicht entgehen lassen!

**Das F.amose, E.xtreme, A.temberaubende und R.affinierte** Spielgeschehen heben „F.E.A.R.“ weit über die durchschnittliche Genrekonzurrenz. Eintönige Optik, lineares Level-Design und instabiler Online-Modus hätten dies sicherlich nicht geschafft. Wer jedoch auf eine packende Atmosphäre steht, kommt an „F.E.A.R.“ nicht vorbei – dank gesichtslosen, aber intelligenten Klonen, vielen Levels und der hervorragend in Szene gesetzten Zeitlupen-Funktion setzt „F.E.A.R.“ in dieser Hinsicht Maßstäbe. Während notorische Nörgler beim Slow-Motion-Einsatz Abnutzungserscheinungen beklagen, könnte ich stundenlang durch Staub- und Partikelwolken tanzen. Die eben genannten Kürzungen sind sehr ärgerlich, verhindern sie doch eine bessere Rückmeldung, ob Ihr Eure Aktionen gelungen ausgeführt habt. Dies macht das Spiel unnötig schwerer.

## ***F. Fragebogen***

**Lies Dir bitte nun erst den beiliegenden Artikel durch und beantworte dann folgende Fragen:**

### **I. Bewertung des Artikels**

**1. Hat dir das Lesen des Artikels Spaß gemacht?**

- sehr großen Spaß gemacht       meistens Spaß gemacht  
 weniger Spaß gemacht       gar keinen Spaß gemacht

**2. Findest du den Artikel spannend geschrieben?**

- sehr spannend       meistens spannend  
 weniger spannend       gar nicht spannend

**3. Hat dich der Artikel vom Spiel überzeugt?**

- sehr überzeugt       meistens überzeugt  
 weniger überzeugt       gar nicht überzeugt

**4. Findest du den Artikel gewalthaltig?**

- sehr gewalthaltig       meistens gewalthaltig  
 weniger gewalthaltig       gar nicht gewalthaltig

**5. Findest du den Artikel abwechslungsreich geschrieben?**

- sehr abwechslungsreich       meistens abwechslungsreich  
 weniger abwechslungsreich       gar nicht abwechslungsreich

**6. Findest du den Artikel gruselig oder Furcht einflößend geschrieben?**

- sehr gruselig       meistens gruselig  
 weniger gruselig       gar nicht gruselig

**7. Kreuze bitte dein Geschlecht an:**

- männlich       weiblich

### **II. Spiel- bzw. Kaufentscheidung**

**8. Würdest du nach dem Lesen des Artikels das Spiel mal anspielen wollen?**

- sehr große Lust       ziemlich Lust  
 kaum Lust       gar keine Lust

**9. Würdest du dir nach dem Lesen des Artikels das Spiel kaufen wollen?**

- <sub>1</sub> sehr große Lust                       <sub>2</sub> ziemlich Lust  
 <sub>3</sub> kaum Lust                               <sub>4</sub> gar keine Lust

**10. Würdest Du das Spiel spielen oder kaufen wegen ...****... der Grafik? (mehrere Antworten möglich)**

- <sub>1</sub> spielen                       <sub>2</sub> kaufen                       <sub>3</sub> keines von beiden

**... der Hintergrundmusik? (mehrere Antworten möglich)**

- <sub>1</sub> spielen                       <sub>2</sub> kaufen                       <sub>3</sub> keines von beiden

**... der Bedienungsart? (mehrere Antworten möglich)**

- <sub>1</sub> spielen                       <sub>2</sub> kaufen                       <sub>3</sub> keines von beiden

**... des Mehrspieler-Modus? (mehrere Antworten möglich)**

- <sub>1</sub> spielen                       <sub>2</sub> kaufen                       <sub>3</sub> keines von beiden

**... der Atmosphäre? (mehrere Antworten möglich)**

- <sub>1</sub> spielen                       <sub>2</sub> kaufen                       <sub>3</sub> keines von beiden

**... der Möglichkeit Gegenstände zu zerstören? (mehrere Antworten möglich)**

- <sub>1</sub> spielen                       <sub>2</sub> kaufen                       <sub>3</sub> keines von beiden

**... der Gewalt? (mehrere Antworten möglich)**

- <sub>1</sub> spielen                       <sub>2</sub> kaufen                       <sub>3</sub> keines von beiden

**... Story/Spielgeschichte? (mehrere Antworten möglich)**

- <sub>1</sub> spielen                       <sub>2</sub> kaufen                       <sub>3</sub> keines von beiden

**... der Spieldauer? (mehrere Antworten möglich)**

- <sub>1</sub> spielen                       <sub>2</sub> kaufen                       <sub>3</sub> keines von beiden

**... der Levelanzahl? (mehrere Antworten möglich)**

- <sub>1</sub> spielen                       <sub>2</sub> kaufen                       <sub>3</sub> keines von beiden

**... der verfügbaren Waffen? (mehrere Antworten möglich)**

- <sub>1</sub> spielen                       <sub>2</sub> kaufen                       <sub>3</sub> keines von beiden

**... der intelligenten Computer-Gegner? (mehrere Antworten möglich)**

- <sub>1</sub> spielen                       <sub>2</sub> kaufen                       <sub>3</sub> keines von beiden

### III. Allgemeine Fragen

#### 11. Hast du schon einmal Videospiele gespielt?

- ja       nein

#### 12. Liest du Videospieldzeitschriften?

- ja       nein

**Hast du zweimal „nein“ angekreuzt, brauchst Du die nächsten Fragen nicht beantworten!**

#### 13. Wie oft spielst du Videospiele?

- regelmäßig       häufig       gelegentlich       selten

#### 14. Welche der folgenden Spielarten spielst Du am liebsten? (Mehrere Antworten sind möglich)

- Rennspiele (z.B. Need for Speed, Gran Turismo)  
 Sportspiele (z.B. FIFA, NBA, Tennis etc.)  
 Action-Adventure (z.B. Zelda, God of War)  
 Rollenspiele (z.B. Final Fantasy, Pokémon)  
 Ego-Shooter (z.B. Far Cry, Call of Duty, Half-Life)  
 Kampfspiele (Tekken, Virtua Fighter, Mortal Kombat)  
 Puzzle-/Geschicklichkeitsspiele (z.B. Tetris, Gehirn-Training, Bust-a-Move)  
 Strategiespiele (z.B. Command & Conquer, Anno, Die Siedler)  
 Simulationsspiele (z.B. Die Sims, Nintendogs, Animal Crossing)

#### 15. Nenne bitte die drei Videospiele, die Du zuletzt gespielt hast:

1. \_\_\_\_\_  
2. \_\_\_\_\_  
3. \_\_\_\_\_

#### 16. Warum spielst du gerne Videospiele? (Mehrere Antworten sind möglich)

- Weil mich Spiele gut und lange unterhalten  
 Weil man damit auch mit Freunden zusammen spielen kann  
 Weil ich die Grafik der Spiele oft gut finde  
 Weil ich die Herausforderung gegen Computer-Gegner gewinnen zu müssen mag  
 Weil ich so Sachen machen kann, die normal verboten wären (Gegenstände zerstören etc.)  
 Weil ich die Musik der Spiele oft gut finde  
 Weil mich die erzählte Geschichte fesselt/motiviert  
 Weil ich so auch einmal reale Waffen ausprobieren kann

**17. Wie informierst Du Dich über Spiele? (Mehrere Antworten sind möglich)**

- <sub>1</sub> in Fachzeitschriften (GamePro, MAN!AC, GameStar, Screenfun usw.)
- <sub>2</sub> im Internet
- <sub>3</sub> über Freunde
- <sub>4</sub> in Videotheken
- <sub>5</sub> im Kaufhaus
- <sub>6</sub> gar nicht

**18. Wenn Du Artikel in Videospielzeitschriften liest, was ist Dir dabei besonders wichtig? (Mehrere Antworten sind möglich)**

- <sub>1</sub> die Bewertung des Spiels
- <sub>2</sub> die Artikel müssen die Atmosphäre des Spiels gut rüberbringen
- <sub>3</sub> die Artikel müssen über die Grafik berichten
- <sub>4</sub> die Artikel müssen über die Musik berichten
- <sub>5</sub> die Artikel müssen über die Levelanzahl berichten
- <sub>6</sub> die Artikel müssen über verschiedenen Spielmodi berichten (Einzel-/Mehrspieler)
- <sub>7</sub> die Artikel müssen über die vorhandenen Waffen berichten
- <sub>8</sub> die Artikel müssen über die Story/Spielgeschichte berichten
- <sub>9</sub> die Artikel müssen über die Action im Spiel berichten
- <sub>10</sub> die Artikel müssen über die Zerstörungsmöglichkeiten im Spiel berichten
- <sub>11</sub> Artikel müssen über die Schwierigkeit des Spiels berichten
- <sub>12</sub> die Meinung der Redakteure zum Spiel

**Ich danke Euch für das Ausfüllen und wünsche schon jetzt erholsame Sommerferien!!**

**G. Fragebogen****Codeplan zur Auswertung des Fragebogens in SPSS**

Wenn nicht explizit auf eine andere Regelung hingewiesen ist, wird bei Fragen, zu denen keine Angabe des Befragten vorliegt, die 0 (= keine Angabe) vergeben!

Spalte	Variablenname	Erläuterung	Ausprägungen	Hinweis an Codierer
1	lfd	laufende Nummer vergeben	(laufende Nummer vergeben)	
2	ar_spass	Hat Artikel Spaß zum Lesen gemacht	1 sehr großen Spaß 2 meistens Spaß 3 weniger Spaß 4 gar keinen Spaß	
3	ar_spann	Artikel spannend/atmosphärisch	1 sehr spannend 2 meistens spannend 3 weniger spannend 4 gar nicht spannend	
4	ar_ueber	Durch Artikel vom Spiel überzeugt	1 sehr überzeugt 2 meistens überzeugt 3 weniger überzeugt 4 gar nicht überzeugt	
5	ar_gewal	Artikel gewalthaltig	1 sehr gewalthaltig 2 meistens gewalthaltig 3 weniger gewalthaltig 4 gar nicht gewalthaltig	
6	ar_abwec	Artikel abwechslungsreich	1 sehr abwechslungsreich 2 meistens abwechslungsreich 3 weniger abwechslungsreich 4 gar nicht abwechslungsreich	
7	ar_furch	Artikel gruselig	1 sehr gruselig 2 meistens gruselig 3 weniger gruselig 4 gar nicht gruselig	
8	anspiel	Anspielen nach Lesen des Artikels	1 sehr große Lust 2 ziemlich Lust 3 kaum Lust 4 gar keine Lust	
9	kauf	Kauf nach Lesen des Artikels	1 sehr große Lust 2 ziemlich Lust 3 kaum Lust 4 gar keine Lust	
10	grafik_s	Spielen wegen der Grafik	1 ja 2 nein	
11	grafik_k	Kaufen wegen der Grafik	1 ja 2 nein	
12	musik_s	Spielen wegen der Hintergrundmusik	1 ja 2 nein	
13	musik_k	Kaufen wegen der Hintergrundmusik	1 ja 2 nein	
14	bedie_s	Spielen wegen der Bedienungsart	1 ja 2 nein	



15	bedie_k	Kaufen wegen der Bedienungsart	1 ja 2 nein	
16	multi_s	Spielen wegen des Mehrspielermodus	1 ja 2 nein	
17	multi_k	Kaufen wegen des Mehrspielermodus	1 ja 2 nein	
18	atmo_s	Spielen wegen der Atmosphäre	1 ja 2 nein	
19	atmo_k	Kaufen wegen der Atmosphäre	1 ja 2 nein	
20	destru_s	Spielen wegen der Destruktionsmöglichkeiten	1 ja 2 nein	
21	destru_k	Kaufen wegen der Destruktionsmöglichkeiten	1 ja 2 nein	
22	gewalt_s	Spielen wegen der Gewalt im Spiel	1 ja 2 nein	
23	gewalt_k	Kaufen wegen der Gewalt im Spiel	1 ja 2 nein	
24	story_s	Spielen wegen der Spielgeschichte	1 ja 2 nein	
25	story_k	Kaufen wegen der Spielgeschichte	1 ja 2 nein	
26	dauer_s	Spielen wegen der Spieldauer	1 ja 2 nein	
27	dauer_k	Kaufen wegen der Spieldauer	1 ja 2 nein	
28	level_s	Spielen wegen der Levelanzahl	1 ja 2 nein	
29	level_k	Kaufen wegen der Levelanzahl	1 ja 2 nein	
30	waffen_s	Spielen wegen der verfügbaren Waffen	1 ja 2 nein	
31	waffen_k	Kaufen wegen der verfügbaren Waffen	1 ja 2 nein	
32	ki_s	Spielen wegen der künstlichen Intelligenz	1 ja 2 nein	
33	ki_k	Kaufen wegen der künstlichen Intelligenz	1 ja 2 nein	
34	s_erfah	Videospielerfahrung	1 ja 2 nein	Wenn 2x „nein“, dann Stopp!
35	mag_erfa	Videospielmagazinerfahrung	1 ja 2 nein	
36	s_nutz	Videospielnutzung	1 regelmaessig 2 haeufig 3 gelegentlich 4 selten	
37	s_renn	Nutzung Rennspiele	1 ja 2 nein	
38	s_sport	Nutzung Sportspiele	1 ja 2 nein	
39	s_actad	Nutzung Action-Adventures	1 ja 2 nein	
40	s_rpg	Nutzung Rollenspiele	1 ja 2 nein	
41	s_ego	Nutzung Ego-Shooter	1 ja 2 nein	
42	s_beatup	Nutzung von Kampfspielen/Beat 'em Ups	1 ja 2 nein	
43	s_puzzle	Nutzung Puzzle-/Geschicklichkeitsspiele	1 ja 2 nein	

44	s_strat	Nutzung Strategiespiele	1 ja 2 nein	
45	s_sim	Nutzung Simulationsspiele	1 ja 2 nein	
46	spiel_1	1. Spiel, das zuletzt gespielt wurde - Genrezuweisung	1 Rennspiel 2 Sportspiel 3 Action-Adventure 4 Rollenspiel 5 Ego-Shooter 6 Kampfspiel 7 Puzzle- /Geschick.spiel 8 Strategiespiel 9 Simulationsspiel	Kein String-Verfahren, sondern Kategorien zuweisung wie 37-45
47	spiel_2	2. Spiel, das zuletzt gespielt wurde - Genrezuweisung	1 Rennspiel 2 Sportspiel 3 Action-Adventure 4 Rollenspiel 5 Ego-Shooter 6 Kampfspiel 7 Puzzle- /Geschick.spiel 8 Strategiespiel 9 Simulationsspiel	
48	spiel_3	3. Spiel, das zuletzt gespielt wurde - Genrezuweisung	1 Rennspiel 2 Sportspiel 3 Action-Adventure 4 Rollenspiel 5 Ego-Shooter 6 Kampfspiel 7 Puzzle- /Geschick.spiel 8 Strategiespiel 9 Simulationsspiel	
49	why_spaß	Spielgrund: gute Unterhaltung	1 ja 2 nein	
59	why_mult	Spielgrund: mit Freunden zusammen spielen	1 ja 2 nein	
60	why_graf	Spielgrund: gute Grafik	1 ja 2 nein	
61	why_chal	Spielgrund: Herausforderung sich gegen KI durchzusetzen	1 ja 2 nein	
62	why_gewa	Spielgrund: Destruktion/Gewalt	1 ja 2 nein	
63	why_musi	Spielgrund: gelungene Musik im Spiel	1 ja 2 nein	
64	why_stor	Spielgrund: gut erzählte/spannende Hintergrundgeschichte	1 ja 2 nein	
65	why_waff	Spielgrund: in Virtualität reale Waffen ausprobieren	1 ja 2 nein	
66	fachpres	Informationsquelle: Videospieldmagazine	1 ja 2 nein	
67	internet	Informationsquelle: Internet	1 ja 2 nein	
68	freunde	Informationsquelle: Freunde	1 ja 2 nein	
69	videothe	Informationsquelle: Videotheken	1 ja 2 nein	
70	kaufhaus	Informationsquelle: Kaufhaus	1 ja 2 nein	

71	wertung	wichtig in Fachpresse: Bewertung des Spiels	1 ja 2 nein	
72	atmo	wichtig in Fachpresse: Artikel muss Atmo rüberbringen	1 ja 2 nein	
73	grafik	wichtig in Fachpresse: Artikel muss über Grafik berichten	1 ja 2 nein	
74	musik	wichtig in Fachpresse: Artikel muss über Sound berichten	1 ja 2 nein	
75	level	wichtig in Fachpresse: Artikel muss über Levelanzahl berichten	1 ja 2 nein	
76	modi	wichtig in Fachpresse: Artikel muss über Spielmodi berichten	1 ja 2 nein	
77	waffen	wichtig in Fachpresse: Artikel muss über Waffen berichten	1 ja 2 nein	
78	story	wichtig in Fachpresse: Artikel muss über Story berichten	1 ja 2 nein	
79	action	wichtig in Fachpresse: Artikel muss über Action berichten	1 ja 2 nein	
80	destruk	wichtig in Fachpresse: Artikel muss über Zerstörungsmöglichkeiten berichten	1 ja 2 nein	
81	difficul	wichtig in Fachpresse: Artikel muss über Schwierigkeitsgrad berichten	1 ja 2 nein	
82	sub_mein	wichtig in Fachpresse: Meinung des Redakteurs zum Spiel	1 ja 2 nein	
83	gender	Geschlechtsangabe	1 maennlich 2 weiblich	
84	schule	Schultyp	1 Gymnasium 2 Hauptschule	
85	art_typ	Artikeltyp	1 Gewaltartikel 2 neutraler Artikel	