

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	9
1. Computerspiele in Deutschland:	
Markt, Mediensymbiose, Aus- und Weiterbildung	14
1.1 Faszination Computerspiele – Das Phänomen der Games Convention	14
1.2 Der Markt der Computerspiele	16
1.3 Medienkonkurrenz und Mediensymbiose	20
1.4 Computerspiele in der Aus- und Weiterbildung	25
1.5 Computerspiele sind Killerspiele!?	28
2. Methodologie der virtuellen Welt	35
2.1 Was sind eigentlich Computerspiele?	39
2.2 Typologien der Computerspiele	46
2.3 Transfer zwischen den Welten: Transfereffekte und ihre Definition	51
3. Von der virtuellen in die reale Welt:	
Das Transfermodell nach Fritz	54
3.1 Ebenen des Transfers	55
3.2 Strukturelle Koppelung	59
3.3 Transferarten	60
3.4 Kritik und Ertrag für das Forschungsprojekt	63
4. Die Nutzung von Computerspielen:	
Der Uses-and-Gratifications-Approach	66
4.1 Computerspielnutzung als Form der Freizeitgestaltung	72
4.2 Motive der Nutzung	76
4.3 Kritik und Ertrag für das Forschungsprojekt	80

5. Im Bann der Computerspiele:	
Indikatoren der „Blackbox Immersion“	83
5.1 Zwischen Frust und Langeweile: Die Flowtheorie	87
5.2 Mit Helden Sprechen: Parasoziale Interaktionen im Computerspiel	87
5.3 Kritik und Ertrag für das Forschungsprojekt	91
6. Synthese I: Was bemerken Spieler nach dem Spielen?	
Forschungsfragen und forschungsleitende Überlegungen	94
7. Methodendiskussion I: Wie erreicht man Computerspieler?	
Online! Wo sonst?!	97
7.1 Vor- und Nachteile der Onlineforschung	100
7.2 Vorstellung des mehrstufigen Forschungsdesigns	102
8. Vorstudie:	
Analyse von Beiträgen in Internetforen	104
8.1 Auswertung und Ergebnisse	108
8.2 Modell Assoziativer Transfereffekte -	114
9. Synthese II: Assoziative Transfereffekte im Fokus	
Weitere Forschungsfragen und Überlegungen	118
10. Methodendiskussion II: Überprüfung des Modells	
Quantitative Online-Befragung in Internetforen	122
10.1 Zur Methode der Online-Befragung	123
10.2 Die Internetforen	126
10.3 Der Online-Fragebogen	127

10.4	Operationalisierung der Fragekomplexe	129
10.5	Feldphase der Online-Befragung	134
10.6	Datenbereinigung	136
11.	Analyse des Datensatzes	139
11.1	Soziodemografischen Variablen	139
11.2	Medienberichterstattung über Computerspiele	145
11.3	Der Third-Person-Effekt bei Computerspielern	147
11.4	Überprüfung des Modells Assoziativer Transfereffekte	149
11.5	Auswertung der Stimmung während des Spieles	157
11.6	Abstand, Häufigkeit und Attraktivität der Transfereffekte	162
12.	Zusammenfassung:	
	Entspannung scheint angebracht	166
	Literaturverzeichnis	171
	Anhang A: Die Spiele der Online-Foren	186
	Anhang B: Tabellen und Abbildungen	196
	Anhang C: Tabellen zur statistischen Auswertung	208