

ANGEWANDTE MEDIENFORSCHUNG

Schriftenreihe des Medien Instituts Ludwigshafen

Herausgegeben von Hans-Bernd Brosius

Band 26

Daniela Schlütz

Bildschirmspiele und ihre Faszination

Zuwendungsmotive, Gratifikationen und
Erleben interaktiver Medienangebote

Verlag Reinhard Fischer
M Ü N C H E N

Inhalt

I Einleitung	9
II Untersuchungsgegenstand.....	13
1 Hardware.....	13
1.1 Konsolen.....	13
1.2 Personal Computer	14
2 Software.....	15
3 Nutzung	18
4 Zusammenfassung: Bildschirmspiele als Untersuchungsgegenstand	19
III Theoretischer Rahmen	21
1 Zum Wesen des Spiels.....	22
1.1 Phänomenologie: Was ist Spiel?.....	22
1.2 Analysis: Wie ist Spiel?	27
1.3 Zusammenfassung: Das Wesen des Spiels	28
1.4 Synthese: Konsequenzen für ein theoretisches Verständnis von Bildschirmspielen.....	29
2 Medien und Spiel.....	31
2.1 Mediennutzung als Spiel.....	32
2.2 Spiel als interaktive Mediennutzung.....	34
2.3 Zusammenfassung	39
3 Der U&G-Ansatz als Modellvorstellung von Medienrezeption.....	39
3.1 Grundannahmen des Uses-and-Gratifications-Ansatzes.....	40
3.1.1 Das aktive Publikum nutzt zielgerichtet.....	42
3.1.2 Bedürfnisse stehen im Zusammenhang mit Mediennutzung	45
3.2 Kritik am Uses-and-Gratifications-Ansatz	48
3.2.1 Theorielosigkeit.....	48
3.2.2 Funktionalismus	49
3.2.3 Rationalismus	51
3.2.4 Empirische Umsetzung.....	52
3.2.5 Individualismus	53
3.3 Eignung des Uses-and-Gratifications-Ansatzes	54
4 Erweiterung des Ansatzes für medienvermittelte Spiele.....	56
4.1 Medienrezeption als Handlung	56

4.1.1	U&G und Symbolischer Interaktionismus im ‚Nutzenansatz‘	57
4.1.2	Uses-and-Gratifications und Handlungstheorie	58
4.1.3	Das Konzept der ‚Handlungsrolle‘	59
4.1.4	Habituelle Handlungen	60
4.1.5	Handlungsbedingungen	61
4.1.6	Handlungsalternativen	62
4.1.7	Zusammenfassung	63
4.2	Mediennutzung als Erlebnis	64
4.2.1	Emotionales Erleben	67
4.2.2	„Flow“-Erleben	69
4.2.3	Zusammenfassung	71
5	Synthese: Theoretische Annäherung an Nutzen und Erleben medienvermittelter Spiele	72
5.1	Handlungsmodell spielerischer Mediennutzung	72
5.1.1	Bedürfnis, Problem und Motiv	73
5.1.2	Gratifikationen	75
5.1.3	Zusammenfassung: Erweitertes Handlungsmodell	78
5.2	Präzisierung der Forschungsfrage	79
5.3	Konsequenzen für die empirische Umsetzung	80
IV	Forschungsstand	83
1	Typische Gratifikationen linearer Medien	83
2	Gratifikationen interaktiver Medien	84
3	Gratifikationen medienvermittelter Spiele	86
3.1	Erleben interaktiver Bildschirmspiele	87
3.1.1	Gefühlserleben	87
3.1.2	Kognitives Erleben und „flow“	89
3.2	Der Nutzen medienvermittelter Spiele	90
3.2.1	Eskapismus	91
3.2.2	Befindlichkeits-Steuerung	91
3.2.3	Autonomie, Bezogenheit und Kompetenz	92
4	Nutzung und Erleben von Bildschirmspielen: Konsequenzen für die vorliegende Studie	93
V	Methode	97
1	Die ‚Experience Sampling Method‘	98
2	Die vergleichende Untersuchung: Bildschirmspiele versus Fernsehen und WWW	100

2.1	Durchführung der vergleichenden Untersuchung	102
2.2	Güte der vergleichenden Untersuchung	105
3	Die fokussierende Untersuchung: Nutzen und Erleben von Bildschirmspielen	109
3.1	Explorative Vorstudie	110
3.2	Standardisierte Hauptuntersuchung	111
3.3	Durchführung der fokussierenden Untersuchung	112
3.4	Güte der fokussierenden Untersuchung	114
VI	Ergebnisse	119
1	Deskription der Stichproben	120
1.1	Individuelle Merkmale der Untersuchungsteilnehmer	120
1.2	Situationsmerkmale	126
1.3	Zusammenfassung	128
2	Spielerische Mediennutzung in Folge von Problemen	128
2.1	Allgemeine Probleme	129
2.2	Situationsspezifische Probleme	133
2.3	Zusammenhang zwischen allgemeinen und situationsspezifischen Problemen	135
2.4	Zusammenfassung	136
3	Gratifikationserwartungen an Mediennutzung	136
3.1	Gratifikationserwartungen im Medienvergleich	138
3.2	Gratifikationserwartungen an Bildschirmspiele	143
3.3	Zusammenfassung	148
4	Motive/gesuchte Gratifikationen von Mediennutzung	149
4.1	Motive/gesuchte Gratifikationen im Medienvergleich	149
4.2	Zusammenhang zwischen Motiven/GS und Gratifikationserwartungen	154
4.3	Diskrepanzen zwischen Motiven/GS und Gratifikationserwartungen	156
4.4	Zusammenfassung	158
5	Funktionale Alternativen zu Mediennutzung	158
5.1	Bildschirmspiele als Handlungsalternative	159
5.2	Bildschirmspiele im Aktivitätenraum	160
5.3	Vorteile von Bildschirmspielen gegenüber Handlungsalternativen	162
5.4	Zusammenfassung	167
6	Erleben der Mediennutzung	168
6.1	Emotionales Erleben	169
6.2	Kognitives Erleben und „flow“	172
6.3	Determinanten der Erlebnisgratifikationen	175

6.4	Zusammenfassung	179
7	Nutzen/erhaltene Gratifikationen durch Medienspiele	179
7.1	Nutzen/erhaltene Gratifikationen im Medienvergleich	180
7.2	Nutzen/erhaltene Gratifikationen durch Bildschirmspiele	182
7.3	Diskrepanzen zwischen gesuchten und erhaltenen Gratifikationen	183
7.4	Zusammenfassung	185
8	Überprüfung des Modells	186
8.1	Zusammenfassung	190
9	Zusammenfassung der Ergebnisse	191
VII Fazit		195
Abstract		199
Literaturverzeichnis		201

Danksagung

Diese Arbeit wäre ohne die Unterstützung zahlreicher Personen und Institutionen nicht zustande gekommen. Dafür möchte ich mich an dieser Stelle bedanken: Zunächst meinem Mann für die Anregung der Untersuchung. Meinen Gutachtern Herrn Prof. Scherer für die Motivation, die Ideen und die (straffen) Terminvorgaben und Herrn Prof. Hasebrink für die konstruktive Kritik, die den Zeitrahmen nicht sprengte. Darüber hinaus danke ich den Studierenden der Methodenseminare „Befragung“ der Jahre 2000 und 2001 für ihre Mitarbeit bei der Datenerhebung sowie der Firma e*message Berlin und dem Verein KommunikationsKultur e.V. für ihre finanzielle Unterstützung. Allen Freunden und Verwandten sei gedankt für ihre Unterstützung und Geduld.