



universität  
wien

# MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

## Female Gamers

Eine Analyse der Computerspielerin in Bezug auf  
Onlinespiele

verfasst von

Mariam Osman, Bakk. phil. BSc

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Magisterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von: Ass. Prof. Mag. Dr. Johanna Dorer



## **Danksagung**

Beim Erfassen der vorliegenden Magisterarbeit, wie auch während meiner zwei Studien, haben mich viele Menschen begleitet und unterstützt. Für ihre Hilfe möchte ich mich herzlich bedanken.

### **Mein Dank gilt...**

... meiner Familie, insbesondere meinen Eltern, da sie immer für mich da waren und mir diese Ausbildung ermöglicht haben.

... meiner Freundin Petra, die mir eine große Stütze beim Erstellen dieser Arbeit war, beim Korrekturlesen half und immer ein offenes Ohr für mich hatten.

...meinem Freund Mark, der ebenfalls sich dazu bereit erklärte, mein Werk Korrektur zu lesen, zu beinahe jeder Uhrzeit geduldig für mich da war und mich auch immer wieder aufgebaut hat.

...meinen Interviewpartnerinnen, die sich die Zeit genommen haben und mit Begeisterung für diese Thematik ihr Wissen mit mir teilten.

... Ass.-Prof. Ing. Mag. Dr. Klaus Lojka für sein Verständnis und Entgegenkommen bei der Koordination meiner Abgabe.

Ohne diese wichtigen Personen wäre ich jetzt nicht da, wo ich jetzt bin!



## **Eidesstattliche Erklärung**

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, 01. September 2015



## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>Erkenntnisinteresse</b> .....	<b>13</b>
2.1	Subjektives Erkenntnisinteresse .....	13
2.2	Allgemeines Erkenntnisinteresse .....	13
2.3	Wissenschaftliches Erkenntnisinteresse .....	14
<b>3</b>	<b>Gender und Medien</b> .....	<b>17</b>
3.1	Feministische Medienforschung .....	17
3.1.1	Feministische Ansätze .....	18
3.1.2	Ansätze in der Gender Studies .....	20
3.1.3	Kritik .....	23
3.2	Gender und Computerspiele .....	26
<b>4</b>	<b>Computerspiele</b> .....	<b>31</b>
4.1	Die Faszination der Computerspiele damals bis heute .....	32
4.2	Definition .....	35
4.3	Online Games .....	37
4.3.1	Genre .....	40
4.4	Game Studies .....	46
4.4.1	Immersion- und Flow-Theorie .....	47
4.5	Spielerindustrie .....	49
4.5.1	Wirtschaftliche Aspekte .....	51
4.5.2	Akteure der Wertschöpfungskette .....	52
4.5.3	Arbeiten in der Gaming Branche .....	54
4.6	Spielerkultur .....	56
<b>5</b>	<b>Identitätsbildung in Computerspielen</b> .....	<b>61</b>
5.1	Avatar .....	61
5.2	Identitätskonstruktion in Computerspielen .....	62
5.3	Identifikationsbildung mit Hilfe von Skins .....	64
<b>6</b>	<b>Frauen und Computerspiele</b> .....	<b>67</b>
6.1	Geschlechterrollen in Computerspielen - Weibliche Repräsentation in Computerspielen .....	67
6.1.1	Repräsentation in Computerspielen .....	68

6.1.2	Die Darstellung virtueller Weiblichkeitsmodelle in Computerspielen	69
6.1.3	Weibliche Rollenbilder in Computerspielen .....	72
6.1.4	Weiblichkeitsinszenierung in Computerspielen am Beispiel Tomb Raider	75
6.2	Gender in der Spieleindustrie .....	79
6.2.1	Die „andere“ Geschichte der Computerspielkultur .....	83
6.2.2	Frauen in der Spieleindustrie .....	84
6.3	Female Players .....	87
6.3.1	Allgemeine Daten .....	88
6.3.2	Genrepräferenzen bei Mädchen und Buben .....	89
6.3.3	Fan-Community .....	89
6.3.4	Weibliche Fan-Community .....	91
6.3.5	Die Schattenseite der Gaming Community .....	92
<b>7</b>	<b>Theorie-Zusammenfassung .....</b>	<b>99</b>
<b>8</b>	<b>Methodik – Ein qualitativ orientierter Forschungsansatz .....</b>	<b>107</b>
8.1	Forschungsfragen & Thesen .....	107
8.2	Erhebungsverfahren .....	110
8.2.1	ExpertInneninterview .....	110
8.2.2	Der Leitfaden .....	113
8.2.3	Interviewverhalten und Erhebungssituation .....	116
8.2.4	Erhebung allgemeiner Rahmendaten .....	117
8.2.5	Charakterisierung der Untersuchungsgruppe .....	117
8.3	Auswertung .....	118
8.3.1	Die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring .....	118
8.3.2	Aufbereitungs- und Auswertungsverfahren .....	121
<b>9</b>	<b>Forschungsergebnis .....</b>	<b>123</b>
9.1	Persönlicher Hintergrund .....	123
9.1.1	Soziodemografie .....	123
9.1.2	Motive .....	125
9.1.3	Spielpräferenzen .....	126
9.2	Rollenbildern und Repräsentation von Charakteren .....	130
9.2.1	Stereotyp .....	130
9.2.2	Charakterkonstruktion von Spielfiguren .....	132
9.2.3	Identifikation .....	135



9.3 Fankultur .....	138
9.4 Frauen und der Spielmarkt .....	143
<b>10 Zusammenfassung und Diskussion .....</b>	<b>147</b>
<b>11 Ausblick .....</b>	<b>157</b>
<b>12 Literaturverzeichnis .....</b>	<b>161</b>
12.1 Internetquellen .....	164
12.2 Weitere Quellen .....	166
12.3 Videos .....	169
<b>13 Anhang .....</b>	<b>171</b>
13.1 Transkripte der Interviews .....	171
13.2 Kodierleitfaden .....	172
13.3 Glossar .....	177

## I. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Allgemeines inhaltsanalytisches Aufbaumodell nach Mayring 120

## II. Tabellenverzeichnis

<b>Tabelle 1:</b> Soziodemografie der Spielerinnen .....	124
<b>Tabelle 2:</b> Präferenzen der Spielgenres weiblicher Spieler.....	127
<b>Tabelle 3:</b> Unbeliebte Spielgenres bei Spielerinnen.....	129

## III. Abkürzungsverzeichnis

etc.	et cetera
LoL	League of Legends
WoW	World of Warcraft
NPC	Non-Player Character
AI	Artificial Intelligence
FPS	First Person Shooter
MMORPG	Massive Multiplayer Online Role-Playing Game
(A)RTS	(Action) Real-Time Strategy
MOBA	Multiplayer Online Battle Arena



# 1 Einleitung

Mittlerweile sind Computerspiele ein allgegenwärtiges, gar weltweites Phänomen von großer kultureller, sozialer, wirtschaftlicher und technologischer Bedeutung. In den letzten vier Jahrzehnten haben sie rasch an Beliebtheit gewonnen und sich aktuell zu einem essenziellen Teil der Unterhaltungsbranche entwickelt. Ob offline oder online, Computerspiele ziehen inzwischen nicht nur Kinder und Jugendliche in ihren Bann, sondern vermehrt auch zahlreiche Erwachsene. Global spielen etwa eineinhalb Milliarden Menschen regelmäßig Computerspiele.<sup>1</sup> Aus der Studie geht hervor, dass besonders Frauen vermehrt Gefallen an diesem neuen Medium finden. Im amerikanischen Raum sind es etwa 44%, wobei die Mehrheit über 18 Jahre ist.<sup>2</sup> Wie der Computerspielforscher Jesper Juul (2010) schon behauptete: „To play video games has become the norm; to not play video games has become the exception.“<sup>3</sup>

Frauen sind daher als Computerspieler nicht mehr länger die große Ausnahme und dennoch in öffentlichen Diskursen sowie wissenschaftlichen Forschungen nach wie vor unterrepräsentiert. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit soll erklärt werden, wer diese Computerspielerinnen sind, welche Motive sie für das Spielen haben, wie sie weibliche Geschlechterrollen sowie virtuelle Weiblichkeitsmodelle wahrnehmen und inwiefern sie sich außerhalb des Spielens mit der Community auseinandersetzen.

Die Frau als Computerspielerin soll im Mittelpunkt der Untersuchung stehen. Durch eine Auseinandersetzung mit den Motiven sowie Rollenbildern und stereotypischen Geschlechtermerkmalen von Spielfiguren durch die Spielerinnen selbst, soll mehr über die weiblichen Spieler, deren Wahrnehmung von Rollenbildern und Stereotypen herausgearbeitet werden. Es stellt sich hier auch die Frage, ob es in den letzten Jahren Veränderungen diesbezüglich gegeben hat und welche Attribute weibliche Charaktere haben sollten, damit sie für Frauen ansprechend sind.

---

<sup>1</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 9

<sup>2</sup> vgl. <http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2015/04/ESA-Essential-Facts-2015.pdf> (aufgerufen am 13. April 2015), S. 3

<sup>3</sup> Juul 2010, S. 8

Ein weiterer Fokus liegt auf der weiblichen Fan-Community und deren Herausforderungen in einer zum Großteil männlich dominierten Spielekultur. In diesem Zusammenhang soll unter anderem geklärt werden, inwiefern sich Spielerinnen außerhalb des Spielens mit der Spielekultur beschäftigen und wie sie die Rolle der Frau in dieser einschätzen. Diese Arbeit soll auch einen Einblick in die Schattenseite der Fan-Kultur geben.

Die vorliegende Untersuchung beschäftigt sich grundsätzlich mit Onlinespielen, da hier das größte Potential für die Zukunft der Computerspiele liegt, vor allem den Multiplayer-Genres Rollenspiele, Shooter und MOBA beziehungsweise RTS. Im Gegensatz zu Singleplayer-Spielen wird hier der Fokus auf Kommunikation und das gemeinsame Spielen gesetzt, somit spielt die soziale Komponente eine große Rolle. Mittels Chat-Funktion können SpielerInnen entweder schriftlich oder mündlich mit anderen kommunizieren und somit ihre Zusammenarbeit bestärken oder sich einfach nur austauschen. Online-Welten sind persistent, sprich sie bleiben bestehen und „drehen sich weiter“, auch wenn eine Spielerin oder ein Spieler nicht online ist. Jede Handlung sowie Entscheidung wirkt sich zum Teil global aus und kann nur in äußersten Ausnahmefällen wieder rückgängig gemacht werden.<sup>4</sup>

Im Zuge dieser Arbeit muss eine Auseinandersetzung mit den verschiedenen theoretischen und praktischen Blickwinkeln erfolgen um alle aufgeworfenen Fragen beantworten zu können. Der Beginn bezieht sich auf die Funktion von Gender und Medien, insbesondere in Bezug auf Computerspiele. Darauf folgend wird ein Überblick gegeben über Computerspiele im Allgemeinen, insbesondere Onlinespiele, Game Studies, die wichtigsten Aspekte der Spieleindustrie und Spielekultur. Im Anschluss wird kurz die Identitätsbildung ins Auge gefasst. Der Hauptteil bezieht sich auf Frauen und Computerspiele. Dabei wird näher auf die Darstellung von weiblichen Geschlechterrollen, Gender in der Spieleindustrie und weibliche Spieler selbst eingegangen. Der letzte Teil dieser Untersuchung widmet sich der empirischen Untersuchung mit dem Methodendesign und der Präsentation der Ergebnisse.

---

<sup>4</sup> siehe Kapitel 4.3

## **2 Erkenntnisinteresse**

### **2.1 Subjektives Erkenntnisinteresse**

Vor allem das persönliche Interesse an der Thematik der Computerspiele steht im Zentrum des subjektiven Erkenntnisinteresses. Innerhalb des Publizistik- und Kommunikationswissenschaftsstudiums ist die Beschäftigung mit Medien und deren Einfluss auf die Menschen unerlässlich. Die Spieleindustrie wächst rasant an und die Gaming-Community ist ein essentieller Teil davon, weshalb ich mich frage, welchen Platz Frauen innerhalb dieser Welt einnehmen. Während ihre Präsenz immer weiter steigt, entwickelt sich mein besonderes Interesse dahingegen, wer diese Personen sind, welche Motive sie haben, wie sie zu der Darstellung insbesondere der weiblichen Spielfiguren stehen und inwiefern sie sich außerhalb des Spiels mit dieser Welt auseinandersetzen.

### **2.2 Allgemeines Erkenntnisinteresse**

Fast kein Medienangebot wird von Frauen und Männern so unterschiedlich genutzt wie Computerspiele: Jungen und Männer treffen sich am Wochenende um auf der Spielkonsole zu „zocken“ (computerspielen), spielen nächtelang Online-Rollenspiele oder Aufbausimulationen, treffen sich mit Hunderten von Gleichgesinnten auf sogenannten LAN-Parties in schweißgetränkten Hallen um sich bei Ego-Shootern oder anderen Spielen zu messen. Die Nutzung von Computerspielen ist, wie vergleichsweise eine Sportberichterstattung, in der Alltagswahrnehmung zum Großteil eine Männerdomäne.<sup>5</sup> Somit fokussieren sich die meisten Medien und akademischen Interessen mehrheitlich auf Männer. So argumentieren Gee und Hayes (2010) den Trend „[...] to take gaming beyond game play, females are leading the way in some very interesting respects.“<sup>6</sup> Doch wird oft übersehen, dass der Anteil an Frauen beispielsweise in Deutschland mit 48% fast die Hälfte aller Spielenden ausmacht und somit auch für die Spielehersteller eine durchaus wichtige Zielgruppe darstellt.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> vgl. Krause 2010, S. 11

<sup>6</sup> vgl. Gee/Hayes 2010, S. 1

<sup>7</sup> vgl. <http://www.biu-online.de/de/fakten/marktzahlen-2014/infografik-nutzer-digitaler-spiele-in-deutschland/infografik-nutzer-digitaler-spiele-in-deutschland-2014.html> (aufgerufen am 20. Mai 2015)

Computerspiele sind und werden immer mehr Teil des alltäglichen Lebens. Deshalb ist es im Sinne des allgemeinen Erkenntnisinteresses, sich mit diesem Medium und vor allem mit seinen unterrepräsentierten weiblichen Spielern, als auch mit jenen Frauen, die in dieser Industrie wirtschaftlich tätig sind, auseinanderzusetzen.

### **2.3 Wissenschaftliches Erkenntnisinteresse**

In der Computerspielforschung sind Frauen bis dato von Beginn an aufgrund ihrer geringen Anzahl und Spielintensität vor allem als Wenig- beziehungsweise Nichtspielerinnen berücksichtigt worden.<sup>8</sup> Laut Griffiths besuchten Mädchen früher zwar öffentliche Spielhallen gemeinsam mit einer Gruppe, doch meist um männliche Spieler als „cheerleader“ oder Freundin anzufeuern und nicht um selber zu spielen.<sup>9</sup> Die Frage, warum Frauen und Mädchen sich bedeutend weniger dem Computerspielen zuwenden, steht zu diesem Zeitpunkt oftmals im Zentrum des Interesses. Laut einigen Untersuchungen haben Frauen in der Regel weniger Zugang zu Computerspielen, weil sie entweder kein Spielgerät besitzen oder dieses von anderen, oftmals männlichen Personen, wie Vater oder Bruder, besetzt wird.<sup>10</sup>

Andere ForscherInnen vermuten, dass bestimmte motorische und kognitive Fähigkeiten von Frauen schlechter für das Lösen und Bewältigen von Computerspielen ausgeprägt sind als bei Männern, weil diese relativ hohe Anforderungen an das Zielen und Treffen sowie an die Orientierungsfähigkeit in dreidimensionalen Räumen stellen. Weitere Beobachtungen beziehen sich auf die narrativen Inhalte von Computerspielen und die Berührungsbarriere zu weiblichen Spielern: Viele Themen handeln von Science-Fiction oder Krieg, die bekanntlich aus der Medienforschung weniger attraktiv wirken für Frauen. Ebenso die aggressiven Handlungen (zum Beispiel das Vernichten von Feinden) oder das hohe Maß an Kompetitivität wirken für sie eher abschreckend, nicht zu vergessen die geringe Anzahl an weiblichen Spielfiguren, die in den meisten Fällen entweder als hilflose Opferrolle (entführte Prinzessin) oder als

---

<sup>8</sup> vgl. Krause 2010, S. 11

<sup>9</sup> vgl. Griffiths 1991 zit. nach Krause 2010, S. 11f

<sup>10</sup> vgl. Krause 2010, S. 12

provokatives Sexsymbol (z. B. Lara Croft) in Erscheinung treten. Starke weibliche Spielcharaktere mit annähernd durchschnittlichen Körperformen und vollständiger Bekleidung sind eher selten zu finden.<sup>11</sup>

Ob diese Forschungen mittlerweile Früchte tragen oder ob eine ganz neue Mädchengeneration mit neuen Interessen und/oder neuen Verhältnissen zu Gewalt sowie gewalttätigen Inhalten heranwachsen, bleibt zunächst offen. Tatsache ist, dass Spielerinnen auf Computerspielkonferenzen, in Presseberichten und von der Spieleindustrie selbst vermehrt als ernst zu nehmende Zielgruppe betrachtet werden. Die Community breitet sich immer weiter aus, wie beispielsweise das deutsche Spielerinnenportal [www.zockerweibchen.de](http://www.zockerweibchen.de) zeigt, das überwiegend Nutzerinnen von Ego-Shootern als Zielgruppe hat. Auch der große Erfolg der Aufbausimulation *The Sims* sowie das Spielgerät Nintendo Wii sorgten für eine „Umwälzung“ des Spielmarktes und belegen, dass weibliche Spieler quantitativ und qualitativ daher nicht mehr nur als eine Randerscheinung angesehen werden.<sup>12</sup>

Es gibt kaum systematische Forschung zu weiblichen Vielspielern, da sie in vielen Bereichen bis vor wenigen Jahren eine vergleichsweise kleine Grundgesamtheit darstellten, sei es in Bezug auf Größe, psychografische oder soziodemografische Merkmale, Spielverhalten, Spielmotive etc. Bisher hat sich die Vielspieler-Forschung primär mit den negativen Wirkungen wie beispielsweise Sucht- und Gewaltwirkung, Schulversagen oder soziale Isolation beschäftigt, mit dem Fokus auf die Hauptnutzergruppe des Mediums, Jungen und junge Männer, und hat diese als Risikogruppe definiert. Daher wurden Frauen in diesem Zusammenhang entweder theoretisch und empirisch von vornherein nicht gesondert berücksichtigt oder/und der Anteil weiblicher Nutzer war einfach zu klein.<sup>13</sup> Krause (2010) nennt jedoch zwei der wenigen Ausnahmen, wie die Studien von Kassis und Steiner (2003)<sup>14</sup> und Oppl (2006)<sup>15</sup>, die sich mit sozialen

---

<sup>11</sup> vgl. Krause 2010, S. 12f

<sup>12</sup> vgl. Krause 2010, S. 13

<sup>13</sup> vgl. Krause 2010, S. 14

<sup>14</sup> siehe <http://econtent.hogrefe.com/doi/abs/10.1026//1617-6383.15.4.131> (aufgerufen am 11. April 2015)

<sup>15</sup> siehe [http://www.diss.fu-berlin.de/diss/servlets/MCRFileNodeServlet/FUDISS\\_derivate\\_000000002047/00\\_01FERTIG\\_MKLS\\_Titel\\_Inhalt.pdf?hosts=](http://www.diss.fu-berlin.de/diss/servlets/MCRFileNodeServlet/FUDISS_derivate_000000002047/00_01FERTIG_MKLS_Titel_Inhalt.pdf?hosts=) (aufgerufen am 11. April 2015)

Erfahrungen und den Persönlichkeitsmerkmalen junger Frauen beschäftigen, welche sich intensiv mit gewalthaltigen Computerspielen auseinandersetzen. Sie merkt dazu kritisch an, dass Kassis und Steiner bereits von einer intensiven Nutzung gewalttätiger Computerspiele sprechen, sobald eine Spielerin sich diesem mehr als einmal pro Woche widmet und dies aus ihrer Sicht als „unscharf“ bezeichnet werden darf „[...]die gleichzeitig aber auch ein Beleg dafür ist, dass weibliche Intensivnutzer gewalthaltiger Computerspiele vermutlich aufgrund ihres geringen Vorkommens nur schwer erforscht werden können.“<sup>16</sup>

Hier wird deutlich, dass Forschungen einerseits einseitig, andererseits in Bezug auf weibliche Computerspieler wenig vorhanden sind. Neben der Rolle virtueller Heldinnen sowie deren sexualisierter Darstellung, sollte mehr auf die Nutzerinnen selber – ihre Motive, Wünsche, individuellen Wahrnehmungen - eingegangen werden. Wenig bis fast gar keine Studien lassen sich bezüglich weiblicher Fan-Community und deren aktiver Auseinandersetzung mit Games neben dem Spielen finden. Demnach ist es wichtig im Sinne des wissenschaftlichen Erkenntnisinteresses, sich mit diesen Themen näher zu beschäftigen und somit nicht nur mehr Frauen zu ermutigen, sich mit den männlich konnotierten Technologien zu beschäftigen, sondern auch das Interesse junger Frauen für die Wissenschaft im Bereich der neuen Medien zu wecken.

---

<sup>16</sup> Krause 2010, S. 14f



### **3 Gender und Medien**

In diesem Kapitel soll ein besonderes Augenmerk auf die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung gelegt und im Zuge dessen auch erklärt werden, was die feministische Kommunikationswissenschaft ist und wie Gender in Bezug auf Computerspiele dargestellt wird.

#### **3.1 Feministische Medienforschung**

Der Begriff >Feministische Medienforschung< umfasst sowohl die kommunikationswissenschaftliche Geschlechter- als auch Frauenforschung und beinhaltet die kritische Analyse der Geschlechterverhältnisse in Bezug auf sämtliche Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft. Die feministische Forschung und Kritik richtet sich dabei einerseits auf den Prozess der öffentlichen Kommunikation in den Bereichen Medieninhalte, -produktion und -rezeption, andererseits auf Teilgebiete der Kommunikationsforschung wie Medientheorie, -geschichte, -pädagogik, -psychologie, Öffentlichkeitstheorien, politische und internationale Kommunikation. Feministische Medienforschung ist kein abgrenzbarer Forschungsbereich, sondern in alle Richtungen offen, da Geschlechterverhältnisse in allen Bereichen öffentlicher Kommunikation wirksam werden.<sup>17</sup>

Innerhalb kürzester Zeit hat es die feministische Theorie geschafft in sämtlichen Disziplinen eine große Verbreitung zu finden. Aufgrund dessen zählt sie heutzutage zu den erfolgreichsten und bedeutendsten Denkströmen der universitären und intellektuellen Kultur der westlichen Demokratie. Warum wir heute auf eine stark ausdifferenzierte und vielfältige feministische Medienforschung blicken können, hat einerseits mit der enormen Bedeutung der feministischen Denkweisen, andererseits mit dem, von der feministischen Theorieentwicklung stets begleitenden, starken selbstreflexiven Moment zu tun, die unterschiedliche Disziplinen vor neue Herausforderungen stellte. Der ausschlaggebende Paradigmawechsel, der eine de-/konstruktivistische Wende in der feministischen Theoriebildung veranlasste, löste ebenfalls eine bis heute anhaltende wissenschaftstheoretische Debatte, unterschiedliche Versuche der

---

<sup>17</sup> vgl. Dorer/Klaus 2003, S. 550

Systematisierung der feministischen Medienforschung und eine Reformulierung sowie Kritik theoretischer Ansätze aus.<sup>18</sup>

### 3.1.1 Feministische Ansätze

Die neueren feministischen Ansätze legen ihren Schwerpunkt nicht mehr auf die textzentrierte Sichtweise sondern, auf eine publikumsorientierte Analyse. Dabei werden einerseits Aneignungs- und Rezeptionsprozesse, zum anderen Publikum und Text im Sinne der Cultural Studies als interpretatorische und analytische Einheit verwoben und ihre Kontextgebundenheit und Wechselwirkung untersucht. Diese Analysen bedienen sich nicht nur neuer methodischer Verfahren wie etwa der Erinnerungsarbeit, der Diskursanalyse oder Oral History, sondern geben allgemein den qualitativen Methoden den Vorzug.<sup>19</sup>

In der feministischen Medienforschung lassen sich die verschiedenen Ansätze überblicksartig folgenden drei Modellen mit mannigfachem Erkenntnisinteresse zuordnen. Es handelt sich dabei um eine diskursive/konstruktivistische, strukturelle und dekonstruktivistische Modellvorstellung:

- Einerseits wird der Geschlechterunterschied bezüglich der Medienkonsumption und Medienproduktion als das Ergebnis dieses Medienprozesses untersucht,
- andererseits wird versucht, den Prozess des „doing gender“ selbst empirisch zu fassen, indem die diskursiven Konstruktionen der Geschlechterpositionierungen, -definitionen, -identitäten in ihrer Vielfältigkeit untersucht werden und
- drittens wird vor allem in Bezug auf die neuen Medientechnologien die Kategorie Geschlecht (Sex) selbst dekonstruiert, das bedeutet, binäre Oppositionen werden infrage gestellt, Körperlichkeit wird als diskursives Produkt betrachtet und der Relation von Gender, Sex, sexuellen Begehren und Praktiken als Kontingent aufgezeigt.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> vgl. Dorer/Klaus 2008, S. 91

<sup>19</sup> vgl. Dorer/Klaus 2003, S. 551f

<sup>20</sup> vgl. Dorer/Klaus 2003, S. 552f

### **3.1.1.1 Sozialkonstruktivistische und ethnomethodologische Ansätze**

Diese Ansätze nehmen an, dass die Herstellung von Geschlecht als eine meist unbewusste, situationsabhängige Alltagshandlung vonstattengeht und somit sind Geschlecht sowie dessen Unterscheidung Effekte sozialer Interaktionen, dem sogenannten „Doing Gender“, welche auf der Ebene der Handlung und Darstellung beruhen. Durch Geschlechterdifferenz hervorgebrachte, selbstverständliche soziale Praktiken wie auch alltägliche Routinen und Gewohnheiten, sind dabei Gegenstand feministischer Untersuchungen. *Wie* diese Konstruktionsprozesse von Geschlecht funktionieren, ist Teil der mikrosoziologischen Ansätze, wobei jedoch die strukturellen Asymmetrien und die Stabilität des Systems der Zweigeschlechtlichkeit aufgrund des Fokus auf den individuellen Interaktionsprozess meist nicht erklärt werden können. Ethnomethodologische Ansätze konzentrieren sich auf den empirischen Nachweis der Geschlechterkonstruktion, wohingegen sozialkonstruktivistische Studien diese theoretisch voraussetzen.<sup>21</sup>

### **3.1.1.2 Poststrukturalistische Ansätze**

Bei diesem Ansatz werden (gesellschaftliche und sprachliche) Strukturen nicht mehr als fix Vorgegebenes, als statische, geschlossene Totalität verstanden, sondern als dynamische Vorgänge der Bedeutungskonstruktion interpretiert. Hier wird davon ausgegangen, dass Sprache nicht Realität ausdrückt, sondern vielmehr Bedeutungen erst hervorbringt. Demnach sind Weiblichkeit und Männlichkeit keine fixierbaren Identitäten, sondern durch Sprache aufgebaute Bedeutungsfelder. Geschlecht wird nun als Effekt gesellschaftlicher Diskurse gefasst und als ausschlaggebende Kraft zur Veränderung und Konstituierung von Diskursen gilt dabei die Verbindung von Macht und Wissen.<sup>22</sup> Einen zentralen Stellenwert in poststrukturalistischen Ansätzen spielt die Relation von Macht und Geschlechterdifferenz. Bedeutend für den Mediendiskurs ist dies insofern, dass neben der Definitionsmacht der Medien ebenso die Interpretationsmacht in

---

<sup>21</sup> vgl. Dorer/Klaus 2008, S. 95f

<sup>22</sup> vgl. Dorer/Klaus 2008, S. 96f

Bezug auf die Rezeption der Inhalte in die Untersuchung miteinbezogen werden muss.<sup>23</sup>

### **3.1.1.3 Erkenntnistheoretische Ansätze**

Nach Singer gehen all diese Ansätze von der These der Situiertheit des Wissens aus.<sup>24</sup> Sandra Hardinger und Donna Haraway führten den Begriff des „situieren Wissens“ ein, welcher bedeutet, dass wissenschaftliches Wissen sowohl situiert, wie auch kontextabhängig ist, weil Wissenssubjekte sozial, historisch, kulturell und ökonomisch verortet und somit als Ausdruck von Machtverhältnissen zu sehen sind. Im Rahmen dessen werden drei unterschiedliche Ansichten diskutiert: Der *feministische Empirismus*, die *feministische Standpunkttheorie* und *feministische postmoderne Ansätze*. Der feministische Empirismus geht davon aus, dass die empirische Evidenz Grundlage der Erkenntnis ist, wobei postmoderne Ansätze vor allem die Konsequenzen des Konzepts des situieren Wissens radikalieren und problematisieren. Hinterfragt werden sollte auch, wie Konzepte von Universalität, Vernunft, Wahrheit, Objektivität etc. zu denken sind, wenn immer nur von einem ausgewählten Standpunkt aus gesprochen werden kann. Bei der Standpunkttheorie steht nicht mehr die gemeinsame Erfahrung von Frauen im Mittelpunkt, sondern ein *engagierter Standpunkt*, der von *marginalisierten Positionen* eingenommen wird. Nicht subjektive Erfahrungen, sondern objektive Klassifizierungen sind hier Ausgangspunkt der Analyse.<sup>25</sup>

### **3.1.2 Ansätze in der Gender Studies**

Im Zuge der epistemologischen Debatte, bei der sowohl Standpunkttheorien als auch poststrukturalistische und postmoderne Theorien gegenübergestellt wurden, gab es bei den Women's Studies gleichzeitig eine Neuorientierung in Richtung Gender Studies. Statt der thematischen Fokussierung auf das Männliche als die gesellschaftliche Norm, Ausschluss von Frauen, Gleichheit versus Differenz wandte sich die Frauenforschung der Frage zu, wie Geschlecht strukturell, individuell und symbolisch in der Gesellschaft hergestellt sowie aufrechterhalten wird. Ihre systematisierende Entsprechung findet diese

---

<sup>23</sup> vgl. Angerer/Dorer 1994, S. 21

<sup>24</sup> vgl. Singer 2005 zit. nach Dorer/Klaus 2008, S. 99f

<sup>25</sup> vgl. Dorer/Klaus 2008, S. 100

Evolution in den drei Ansätzen Gleichheitsansatz, Differenzansatz, De-/Konstruktion.<sup>26</sup>

### 3.1.2.1 Standpunkttheorien Gleichheits- und Differenzansatz

Bei der Standpunkttheorie ging es anfangs um die Aufarbeitung blinder Flecken der Kommunikationswissenschaft, wobei sich die Frauen- und Geschlechterforschung vorläufig an die übliche Dreiteilung des Forschungsprozesses festhielt – KommunikatorInnenforschung, Rezeptions-/Publikumsforschung und Inhalts-/Medienforschung – und verstand sich als theoriegeleitet wie auch praxisnah. Zu Beginn ging es vor allem darum, die Diskriminierung von Frauen in und durch die Medien zu belegen.<sup>27</sup>

Im *Gleichheitsansatz* zeigten Studien, dass Frauen in den Medien trivialisiert sowie in die symbolische Nichtexistenz gedrängt und Gleichberechtigungsnormen keineswegs erfüllt werden. Problematisch ist dabei, dass Frauen als Opfer der Gesellschaft und nicht als eigenständig handelnde Personen präsentiert werden. Im Gegensatz dazu sieht der *Differenzansatz* Frauen in den Medien als eigenständig handelnde Personen. Das Hauptergebnis liegt dabei in der Feststellung, dass ein geschlechterdifferentes Herangehen an die Medien empirisch nicht bewiesen werden kann und theoretisch nicht tragfähig ist. Im Endeffekt ergibt sich die Schlussfolgerung, dass Differenz und Gleichheit einander bedingen und das Eine ohne dem Anderen nicht existieren kann.<sup>28</sup>

### 3.1.2.2 De-/Konstruktivismus

Im Mittelpunkt steht der Prozess des „Doing Gender“, wobei Medien das „symbolische System der Zweigeschlechtlichkeit“ reproduzieren und stützen, jedoch auch als Mittel gesehen werden können, die zur Bearbeitung der Geschlechteridentitäten dienen. Somit bildet der Schwerpunkt der de-/konstruktivistischen Forschungen das Interesse, wie das Genderregime in die kulturellen Routinen und gesellschaftlichen Institutionen verankert ist.<sup>29</sup> Frauen haben dabei keine vorgegebene und fixe Geschlechtsidentität, vielmehr ist die individuelle geschlechtliche Subjektivität einem konstanten Prozess der

---

<sup>26</sup> vgl. Dorer/Klaus 2008, S. 94

<sup>27</sup> vgl. Dorer/Klaus 2008, S. 102

<sup>28</sup> vgl. Dorer/Klaus 2008, S. 103f

<sup>29</sup> vgl. Dorer/Klaus 2008, S. 105

Reproduktion und Transformation unterlegen. Eine Frau zu sein bedeutet viele verschiedene Sachen, zu verschiedenen Zeiten und in verschiedenen Situationen.<sup>30</sup>

Um diesen Prozess genauer zu beschreiben unterscheiden Ang und Hermes (1994) zwischen Genderdefinition, Genderposition und Genderidentifikation. *Genderdefinition* beschreibt, was als weiblich oder männlich in einer Kultur und Gesellschaft angesehen wird. In unserer Gesellschaft arbeiten die dominanten Geschlechtsdiskurse daran, die Machtverhältnisse zwischen Männern und Frauen aufrecht zu erhalten, indem sie verschiedene Rollen, Möglichkeiten, Ideale, Pflichten und Schwachstellen von Männern und Frauen vergeben, die als normal klassifiziert werden und in denen es schwierig ist auszubrechen. Dies fällt unter die Kategorie *Genderposition*. *Genderidentifikation* beschäftigt sich mit der Frage, wie und in welchem Ausmaß diskursiv konstruierte geschlechtsunterschiedliche Positionen von bestimmten Frauen und Männern angenommen oder abgelehnt werden.<sup>31</sup> Dabei geschieht die Geschlechterkonstruktion in einem dynamischen Miteinander dieser Komponenten.<sup>32</sup>

Zum Bereich der Geschlechterpositionierung gehört der Gleichheitsansatz, der die horizontale und vertikale Segmentation von Frauen und Männer feststellt und danach fragt, an welche Plätze das jeweilige Geschlecht im Journalismus gestellt wird und wie seine Leistungen zu bewerten sind. Die Frage nach den Ursachen und Begründungen dafür bezieht sich auf die Geschlechterdefinitionen sowie auf den Differenzansatz in Bezug auf die Definition von männlich sowie weiblich und darauf welche Anforderungen an die jeweiligen Geschlechter gestellt werden. Wie Frauen darauf reagieren, thematisieren die Geschlechteridentifikationen. In konkreten Situationen können Journalistinnen durchaus „männlich“ und Journalisten durchaus „weiblich“ agieren und so versuchen, die vorgegebenen Positionierungen zu durchbrechen. Damit liefert der De-/Konstruktivismus weitergehende Erläuterungen bezüglich des beruflichen Selbstverständnisses

---

<sup>30</sup> vgl. Ang/Hermes 1994, S. 122

<sup>31</sup> vgl. Ang/Hermes 1994, S. 122

<sup>32</sup> vgl. Dorer/Klaus 2008, S. 105

und der Arbeitsweise von Journalistinnen als andere Ansätze: Demnach ist die Anpassung an die „männliche“ Berufsrolle der Medienfrauen nicht notwendig.<sup>33</sup>

### 3.1.3 Kritik

Moser (2003) kritisiert, dass in der breiten Auswahl feministischer Forschungsansätze sich die theoretische Heterogenität der aktuellen Meinungs- und Kommunikationsforschung wiederholt. Ungeklärt bleibt, inwieweit einzelne Theoriebildungen im Rahmen aktueller Genderforschungen komprimiert interpretierbar sind. Ungeachtet ihres konzeptuellen Pluralismus bleibt die feministische Kommunikations- und Medienforschung aufgrund ihrer politischen Abstammung primär auf Ansätze beschränkt, die ihre Beobachtungsstrategien explizit als Gesellschaftskritik kennzeichnen. Es ist also nicht erstaunlich, dass sie die aktuelle konstruktivistische Medientheorie wenig rezipiert, obwohl die These von Gestaltung des Geschlechts eine ihrer wesentlichen Annahmen darstellt. Die weitgehende Abwesenheit gegenüber aktuellen Beobachtertheorien betrifft auch feministische Überlegungen zu den neuen Medien, deren expliziter Bezug auf Kognitionswissenschaften, Kybernetik und Life Science einen Dialog mit den (psychologischen, soziologischen und allgemeinen) Systemtheorien und dem Radikalen Konstruktivismus nahe legen würde. Auffällig ist ebenso, dass bei der Analyse der Genese von Geschlechtsidentitäten nach wie vor psychoanalytische Erklärungsmuster dominieren und kognitionspsychologische Alternativen wenig diskutiert werden. Demnach bleibt die Frage offen, ob sich feministische Kommunikations- und MedientheoretikerInnen durch diese Abstinenz wichtige Erkenntnispotenziale entgehen lassen.<sup>34</sup>

McRobbie (2010) spricht vom *undoing* des Feminismus und meint, dass gewisse feministische Elemente aufgegriffen und spürbar sowie nachhaltig in eine Reihe gesellschaftlicher Institutionen wie auch in das politische Leben integriert werden. Mit Ausdrücken wie *empowerment* (Ermächtigung) und *choice* (Wahlfreiheit) würden jene Elemente gegenwärtig in einen bedeutend individualistischeren Diskurs umgeformt und in einem neuen Erscheinungsbild vor allem in der Popkultur und in den Medien, wie auch von staatlichen Institutionen als eine Art

---

<sup>33</sup> vgl. Dorer/Klaus 2008, S. 105f

<sup>34</sup> vgl. Moser 2003, S. 245f

Feminismus-Ersatz verwendet werden. Im Zuge dessen würden die damit verbundenen neuen und vorgeblich „moderneren“ Vorstellungen über Frauen, besonders über junge Frauen, das Zustandekommen neuer Frauenbewegungen, *women's movement*, unterbinden. Deshalb gibt es heute eher Bewegungen von Frauen - *movements of women*.<sup>35</sup>

Sie verwendet den Begriff Geschlechtervertrag<sup>36</sup>, auf dem der Postfeminismus beruht und in den besonders junge Frauen, wie erwähnt, eingebunden werden. Dieser impliziert, dass einerseits dem Feminismus Rechnung getragen wurde und andererseits die Gleichheit zwischen den Geschlechtern mehr oder minder erreicht sei. Die Voraussetzung ist hierbei jedoch, die Kritik an Geschlechterungleichheiten aufzugeben. Frauen sind sozusagen an bestimmte „Gesetze“ oder „Regeln“ gebunden, um partizipieren und an der Gesellschaft teilhaben zu dürfen. Die „Abwicklung“ des Feminismus soll so ablaufen, dass junge Frauen dem neuen Geschlechtervertrag zustimmen, der sie dazu auffordert, eine gute Bildung zu erwerben, sich aktiv beruflich zu beteiligen und so bei der Produktion einer erfolgreichen Sexualität, „Weiblichkeit“ und eventuell auch Mutterschaft zu gewährleisten.<sup>37</sup>

Mit der Psychoanalyse haben sich die feministischen Medienwissenschaften nie wirklich auseinandergesetzt und dieses Defizit hat nach McRobbie (2010) bis heute Konsequenzen, obwohl dieser Forschungsbereich eine grob angelegte Medien- und Kulturanthropologie in Aussicht gestellt hatte, die über die Beschäftigung mit Rezeptionsweisen und Publikum neue Einsichten darüber versprach, wie Frauen sich im Alltagsleben beteiligen. Doch die forschende und kreative Energie, die ein solches Vorhaben verlangte, schien sich verflüchtigt zu haben und an dessen Stelle verlagerte sich das Interesse am alltäglichen Leben hin zu affirmativen Studien über weibliche Popkultur, die nun in großer Zahl veröffentlicht werden. Eine Reihe feministischer Wissenschaftlerinnen wechselte nach dieser Misere zu den Film- und Fernsehwissenschaften, wo sie viele historisch angelegte, wichtige Forschungsprojekte in einem Gebiet anregte, das sich kurz darauf zu einem aufstrebenden neuen Wissenschaftszweig entwickeln

---

<sup>35</sup> vgl. McRobbie 2010, S. 13

<sup>36</sup> vgl. McRobbie 2010, S. 87

<sup>37</sup> vgl. McRobbie 2010, S. 129f



sollte. Erst seit Kurzem hat sich eine kritischere und ernsthaftere Auseinandersetzung mit dem großen Sektor, der für Frauen produzierenden Medien und Genres, entwickelt, in der die Zusammenhänge zwischen antifeministischen Komponenten und den sich einer neuen Konjunktur erfreuenden Werte der politischen Kultur des Neoliberalismus dargestellt werden.<sup>38</sup>

Wie auch in der Modewelt, die McRobbie (2010) unter anderem kritisiert, tragen manche Bildkompositionen von Models in Unterwäsche dem Feminismus insofern Rechnung, als dass sie ihn als vergangen codieren, auf provokative Weise ‚Sexismus inszenierte‘ und dabei gleichzeitig auf gewisse filmtheoretische Debatten über die Rolle von Frauen als Objekt des männlichen Blicks und über männliche Begierde, verwiesen. Wenn das neue weibliche Subjekt als kultivierte junge Frau gelten möchte, ist es trotz seiner Freiheit dazu verpflichtet zu schweigen und Kritik zu unterdrücken.<sup>39</sup> McBobbie verwendet, wie auch davor Joan Riviere, Mary Ann Doane und Judith Butler, den Begriff *Maskerade*, welcher den fiktiven Status des Weiblichen offen anerkennt und ihn sogar feiert, jedoch gleichzeitig neue Strategien zur Durchsetzung der Geschlechterdifferenz entwickelt. Junge Frauen werden dazu aufgefordert, sich an der Restabilisierung normativer Geschlechterrollen zu beteiligen, um die Leistungen des Feminismus rückgängig zu machen und sich von diesen mittlerweile diskreditierten politischen Identitäten zu trennen. Seinen Ursprung hat der Begriff in der psychoanalytischen Beschäftigung mit dem Begriff der „Weiblichkeit“. McBobbie liest die postfeministische Maskerade als Modus weiblicher Einschreibung auf der gesamten Oberfläche des weiblichen Körpers, als Anrufungstechnik, die in der Konsumsphäre als gut sichtbarer, unbeschwerter, vertrauter Refrain der Weiblichkeit operiert. Es wird als ‚freie Wahl‘ bezeichnet, wenn die signalisierte übersteigerte Weiblichkeit der Maskerade, die Frauen scheinbar wieder in traditionelle Geschlechterhierarchien einschließt, zum Beispiel indem sie in hohe Stilettos und enge Röcke gezwängt werden. Hier wird das Motiv der Wahlfreiheit zum Synonym für eine bestimmte Form des Feminismus.<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> vgl. McRobbie 2010, S. 21

<sup>39</sup> vgl. McRobbie 2010, S. 38ff

<sup>40</sup> vgl. McRobbie 2010, S. 100f

## 3.2 Gender und Computerspiele

„Gender in particular has continued to exert a powerful structuring force upon the distinctiveness of computer game culture.“<sup>41</sup> Computerspiele wurden zu einem erfolgreichen „spielbaren“ Medium, durch die Möglichkeiten und Freuden, die diese Innovationen der Computerspielprozesse anbieten, erlebt werden können.<sup>42</sup> Mittlerweile sind sie ein fester Bestandteil der Mainstreamkultur und als solcher Gegenstand wissenschaftlicher und akademischer Studien, so auch der *gender studies*, geworden. Die angewandten Methoden, Interpretationsansätze und Resultate – dies gilt für Inhalte, Produzenten und Rezipienten – sind wie erwartet ebenso vielfältig wie autonom, wobei dies umso mehr zutrifft, sobald die kulturelle Komponente ins Spiel kommt.<sup>43</sup> Bryce und Rutter (2002) meinen,

„[...] when we look at gaming developments there is little doubt that computer gaming is an increasingly social and public leisure activity and one that is cross-gender.“<sup>44</sup>

Computerspiele entwickelten sich aus einem Kontextbündel, die als höchst maskulin angesehen werden (Mathematik, Wissenschaft, Technologie, Militär) und haben deshalb diesen speziellen Kulturcode übernommen. Seit den 1980er Jahren bis heute hat sich diese Ansicht gehalten, trotz der zahlreichen politischen wie auch kommerziellen Initiativen zur Änderung der kulturellen Identität der Computerspiele. Sie werden nach wie vor überwiegend von Männern (im üblichen weiß) für gleichgesinnte Männer und Jungen produziert. Computer *Gameplay* findet innerhalb einer Kultur statt, die diese formt und nicht geschlechtsneutral ist. Genderspezifische Strukturen bezüglich Einbeziehung und Ausschluss werden durch den Vermittlungszugang zu *games* und *play* auf verschiedene Art und Weise beeinflusst.<sup>45</sup>

In der Vergangenheit wurde versucht das weibliche Publikum dahingegen anzuziehen, indem der Fokus auf traditionelle weibliche Aktivitäten und

---

<sup>41</sup> Dovey/Hellen 2006, S. 36

<sup>42</sup> vgl. Dovey/Hellen 2006, S. 36

<sup>43</sup> vgl. Beier/Schreiber 2013, S. 342

<sup>44</sup> Bryce/Rutter 2002, S. 251

<sup>45</sup> vgl. Dovey/Hellen 2006, S. 36

Vergnügungen lag.<sup>46</sup> Dieses lineare Denken führte 1991 zur Veröffentlichung der pinken Version des Nintendo Gameboy – bezeichnet als Gamegirl – und zu einer weiteren Reihe an Versuchen, so genannten „pink games“ rund um Shopping und Fashion, dem „neuen“ weiblichen Spielemarkt nach dem Erfolg von Mattel's *Barbie Fashion Designer* (1996 von Mattel) zu erschließen, die allerdings nicht gleichermaßen erfolgreich waren. Dahingegen beschloss die Industrie, dass es keinen echten Markt für Mädchen und Frauen gibt.<sup>47</sup> Diese genderstereotypische Vorstellung von „angemessenen“ Spielen für weibliche Spieler führte zu zahlreichen Debatten, ob ProduzentInnen Spiele mit einem offensichtlichen Frauenthema entwickeln sollten, um Frauen für diese zu begeistern. Viele Spielerinnen waren mit der Produktion von Computerspielen, die nur Frauen als Zielgruppe ansah, höchst unzufrieden und gaben an, dass eine große Anzahl von ihnen durchaus die gleichen Spielpräferenzen, -interessen und -neigungen hätten wie ihre männlichen Mitstreiter.<sup>48</sup> Auch Graner Ray, auf den sich Dovey und Hellen (2006) beziehen, kritisierte diese Entscheidung und wies darauf hin, dass die Industrie einen Fehler begehe, indem sie den kompletten Markt (potenzielle weibliche Spieler) rund um ein einziges Genre (Fashion und Shopping) definiert.<sup>49</sup>

Einige WissenschaftlerInnen führten zahlreiche Untersuchungen durch indem sie sich auf Proportionen, Typen, Gender und Rasse der Computerspielcharaktere fokussierten und deren Rolle, wie auch Repräsentation in den Spielen evaluierten.<sup>50</sup> Bryce und Rutter (2002) konzentrierten sich bei Analysen über Beziehungen zwischen Gender und Computerspielen meist auf zwei Themen: Darstellung von Frauen innerhalb des Spiels und der Fokus auf männliche Spielthemen.<sup>51</sup> Unabhängig von der Variable kamen alle Studien bezüglich Charakterrepräsentation auf ein ähnliches Ergebnis, das erhebliche Fehlen an weiblichen Charakteren in Computerspielen und deren sexualisierte Darstellung, wenn sie präsent sind (wahrgenommen als negativen Effekt auf Frauen und Mädchen) sowie überwiegende gewalttätige Themen (wahrgenommen als

---

<sup>46</sup> vgl. Dovey/Hellen 2006, S. 37

<sup>47</sup> vgl. Bryce/Rutter 2002, S. 247; Dovey/Hellen 2006, S. 37

<sup>48</sup> vgl. Bryce/Rutter 2002, S. 247

<sup>49</sup> vgl. Graner Ray 2003 zit. nach Dovey/Hellen 2006, S. 37

<sup>50</sup> vgl. Daviault/Schott 2014, S. 442

<sup>51</sup> vgl. Bryce/Rutter 2002, S. 246

negativen Effekt auf Jungen und Männer). Während die gesammelten quantitativen Daten dieser Studien interessante Schnappschüsse über Gender und Computerspielcharaktere liefern, tendieren sie dazu sich lediglich auf weibliche Charaktere und Probleme der Repräsentation zu fokussieren. Sie geben es dabei jedoch auf ein Verständnis dafür zu entwickeln, dass es sich bei Spielen um einen Prozess handelt.<sup>52</sup> Kontour (2009) erklärt, dass Spiele nicht allein auf Basis ihrer Repräsentation untersucht werden sollen beziehungsweise essenzielle Charakteristiken bezüglich Gameplay übersehen werden könnten, genau wie die Tatsache, dass Spiele nicht einfach geschaut, sondern gespielt werden. Abgesehen davon werden Spiele in einer Vielfalt von Kontexten gespielt, in der verschiedene Arten von psychisch-sozialen Interaktionen involviert sind.<sup>53</sup> So „lesen“ SpielerInnen Weiblichkeit und Maskulinität auf verschiedenste Art und Weise. Wichtig ist hierbei die Beziehung zwischen der Struktur des Spiels und der Art, wie Menschen mit dem System interagieren, aufzudecken.<sup>54</sup>

„In the context of gender and gaming it is overly deterministic to assume that there is a causal relationship between female representation in a text, and the nature of consumption of that text by female gamers.“<sup>55</sup>

Spiele sind dynamische Einheiten, die „in potentia“ bleiben bis der/die SpielerIn sie verwirklicht, wobei jede Spielrunde anders ist und Charaktere, abhängig vom/von der jeweiligen SpielerIn und anderen Faktoren, unterschiedlich wahrgenommen werden.<sup>56</sup>

Anstatt sich darauf zu konzentrieren, was Frauen vom Spielen abhält wie etwa sexistische Repräsentationen, wechselten einige WissenschaftlerInnen ihren Fokus auf das Lokalisieren und beschäftigten sich direkt mit den Frauen, die spielen, um die Art, wie sie in einer gendercodierten Umgebung spielerisch handeln zu untersuchen. Sie fanden heraus, dass Frauen Computerspiele auf vielerlei Arten konsumieren, ihre Präferenzen kontextbezogen und somit von

---

<sup>52</sup> vgl. Daviault/Schott 2014, S. 443

<sup>53</sup> vgl. Kontour 2009, <http://www.digitalcultureandeducation.com/uncategorized/kontour-2009-html/> (aufgerufen am 21. Mai 2015)

<sup>54</sup> vgl. Daviault/Schott 2014, S. 443

<sup>55</sup> vgl. Bryce/Rutter 2002, S. 248

<sup>56</sup> vgl. Daviault/Schott 2014, S. 441

sozialen, kulturellen wie auch anderen alltäglichen Faktoren abhängig sind.<sup>57</sup> Schott und Horrell (2000) interviewten hierzu Spielerinnen und stellten fest, dass diese eigene Spielstile und Motivationen entwickelten. Deren Zugang zum Spielen sowie deren Spielfortschritt waren nahezu vollständig übertragbar auf das eher männlich dominierte Umfeld.<sup>58</sup> Taylor (2003) fand in seiner Studie heraus, dass die Motivation für Frauen einen gewaltsamen First Person Shooter zu spielen darauf beruht, traditionelle Geschlechtererwartungen herauszufordern und die Möglichkeit aggressives Verhalten in einer sicheren Umgebung auszuüben.<sup>59</sup>

Während Gender einen wichtigen Aspekt der Spielerepräsentation darstellt, kann es außerhalb des Spielerlebnisses nicht völlig verstanden werden. Dieser Zwiespalt wurde in mehreren Studien illustriert, die besagen, dass Nicht-SpielerInnen beunruhigter sind über die sexistische Darstellung von Gender als wirkliche Spielerinnen, die, während sie die Existenz von Sexismus, hypersexualisierten weiblichen Charaktere und Gewalt in der Spielekultur anerkennen, sich vor allem auf das Spielerlebnis, die Manipulation von Charakteren, die konkurrierende Umgebung sowie das Erreichen eines Zieles konzentrieren.<sup>60</sup>

Es wurde in den letzten zwei Jahrzehnten viel darüber geschrieben, die Frauenquote im technologischen Umfeld zu erhöhen. Computerspiele wurden als ein Beispiel genannt, Mädchen bei der Vertrautheit mit Technologien zu helfen, jedoch die alleinige Fokussierung auf die sexistische Repräsentation von Frauen, die als Barriere für deren wachsende Partizipation in der Spielekultur angesehen wird, könne schädlich sein für eine breitere sowie differenzierte Ansicht von Gender in Spielen. Es ist durchaus wichtig die Mängel von Genderpräsentation in Computerspielen aufzuzeigen, jedoch reicht es nicht aus dementsprechend Rückschlüsse zu ziehen, ohne auch den möglichen Einfluss auf wirkliche Spielerinnen mit einzubeziehen. Laut Daviault und Schott (2014) sollten wir über den Tellerrand der Repräsentation hinaussehen,

---

<sup>57</sup> vgl. Daviault/Schott 2014, S. 440ff

<sup>58</sup> vgl. Schott/Horrell 2000, S. 36ff

<sup>59</sup> vgl. Taylor 2003, S. 36ff

<sup>60</sup> vgl. Daviault/Schott 2014, S. 447

„[...] to push forward in re-evaluating the significance of gender portrayals in games in favor of a broader understanding of how players derive enjoyment and configure the gaming environment to their own ends.“<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Daviault/Schott 2014, S. 447

## 4 Computerspiele

Dieses Kapitel soll zu Beginn kurz auf die Entwicklung der Computerspiele, im Speziellen Onlinespiele eingehen sowie einen Überblick über Game Studies, Spieleindustrie und Spielkultur geben.

Computerspiele haben verschiedenste Funktionen: Primär spielt Unterhaltung bei der Nutzung eine große Rolle. Sie können des Weiteren als Erfüllungsmotor gesellschaftsintegrativer und sozialer Aufgaben dienen, indem sie das Erlernen von Normen, Werten und Rollenverhältnissen in Bezug zum Erwachsenenleben unterstützen und Identifikationsmöglichkeiten bieten. Durch ihre Interaktivität erlauben Computerspiele, im Gegensatz zu anderen Medien, das Training neuer kognitiver Leistungen, unter anderem bezüglich des Bindens von Aufmerksamkeit, vorausschauendem Handelns, der Verbesserung des Vorstellungs- und Abstraktionsvermögens oder des Verständnisses für Symboliken beziehungsweise der Logik. Auch der ökonomische Aspekt zieht immer mehr Aufmerksamkeit auf sich. Einst ein Nischenmarkt zählt die Computerspielindustrie heute zu einer der führenden Unterhaltungsbranchen weltweit. Auf politischer Ebene bleiben Computerspiele ebenfalls nicht verschont, besonders bezüglich Gewalt- oder Geschlechterdarstellungen.<sup>62</sup>

Es ist insofern wichtig, diesem rapide wachsenden Sektor Aufmerksamkeit zu schenken, sei es gesellschaftlich oder wirtschaftlich, schon alleine deswegen, weil die Anzahl der User mittlerweile schon große Städte füllen könnten und das Leben vieler beeinflusst. Wenn jemand im echten Leben schwach ist, kann sie oder er in der virtuellen Welt eine starke Person spielen oder wenn deren reales Leben langweilig erscheint, kann das von dem virtuellen Charakter aufregend sein.<sup>63</sup> Die Faszination der nahezu grenzenlosen virtuellen Welt zieht daher immer mehr Leute in ihren Bann.

---

<sup>62</sup> vgl. Matzenberger 2008, S. 88ff

<sup>63</sup> vgl. Castronova 2005, S. 77f

## 4.1 Die Faszination der Computerspiele damals bis heute

Auch wenn digitale Spiele bis in die 1950er zurückverfolgt werden können, wurden sie erst in den 1970er und 1980er Jahren Teil der Mainstream-Unterhaltung mit der Ausbreitung der Arcade-Spiele und der Markteinführung der ersten Videospielekonsole. Anfangs hat die Gesellschaft diesem Bereich eher wenig Beachtung geschenkt. Geändert hat sich dies in den 1990er Jahren, als Videospiele wegen ihrer realistischeren Gewalt- und Sexismus-Inhalte immer mehr Aufmerksamkeit erlangten. Dieser Wandel resultierte aus einer Anzahl an Veränderungen in der Industrie. Die Computerindustrie entwickelte sich zu einem der größten und wichtigsten Unterhaltungssektoren, vor allem mit dem Anstieg an Konsolen und PCs in Haushalten und dem Rückgang der populären Arcade-Games. Technologische Fortschritte, inklusive 3D Grafiken, Multimedia, Onlinespiele und Multiplayer-Möglichkeiten ermöglichten es komplexere Handlungsbögen, Umgebungen sowie mehr menschliche beziehungsweise menschenähnliche Charaktere zu kreieren. Diese Faktoren transformierten eine einst hauptsächlich in öffentlichen Plätzen vorgefundene in eine plötzlich auf junge Kinder einflussreiche Aktivität und brachten somit einen Wandel der öffentlichen Wahrnehmung hervor.<sup>64</sup>

Mittlerweile sind Computerspiele ein Massenmedium geworden und somit ein zentraler Teil der Pop Culture. Aus einem vermeintlichen Nischenprodukt für Kinder oder *Nerds*<sup>65</sup> wurde es zu einem massenkulturellen Phänomen und es scheint als würde beinahe jede und jeder spielen, sei es zu Hause auf dem PC oder unterwegs auf dem Smartphone oder Tablet. Den maßgeblichen Erfolg und die rasante Verbreitung verdanken sie vor allem ihren vielseitigen Anwendungen, insbesondere durch sogenannte Causal Games (Gelegenheitsspiele), die auf nahezu jedem mobilen Gerät zu finden sind, oder durch die „familientaugliche“ Konsole Nintendo Wii(U). Ob im Kindergarten (Lernspiele), Wohnzimmer (Multimedia-Konsole) oder im Partykeller (als Karaoke-Spiel), Computerspiele

---

<sup>64</sup> vgl. Daviault/Schott 2014, S. 442

<sup>65</sup> Bezeichnet meist abwertend Menschen, die als Computer-, Technik- oder Spiele-Freaks gelten und hier ein großes Fachwissen aufweisen. <http://www.medienkompetenz-in-mv.de/lexikon/category-4/computerspiele.html> (aufgerufen am 17. Mai 2015)



sind fast überall zu finden und prägen unseren alltäglichen Umgang mit digitalen Medien.<sup>66</sup>

Die große Lust des Menschen am (Computer-)Spielen und der Erfolg der Computerspiele kann auf zwei maßgebliche Faktoren zurückgeführt werden: Einerseits ist der Spieltrieb des Menschen ein angeborenes Sozialverhalten und gehört zu den ältesten Kulturtechniken, andererseits hat sich unser Alltag zu einem (digitalen) Medienalltag entwickelt, wobei uns der intensive Gebrauch der unterschiedlichen modernen Kommunikationsmedien wie Mobiltelefone, Internet oder eben auch Computerspiele wie selbstverständlich erscheint. Die Digitalisierung der Medientechnologien sowie die Mediatisierung der Gesellschaft sind dabei auf das Engste miteinander verbunden. Viele „mobile“ Menschen sind zum großen Teil online, sei es um zu kommunizieren, sich zu informieren oder um sich zu unterhalten und Spaß zu haben. In den letzten Jahren ist die Nutzung der digitalen Medien drastisch gestiegen und besonders die Computerspielindustrie profitiert immens von dieser Entwicklung.<sup>67</sup>

Einer der häufigsten Gründe für das Computerspielen ist laut Studien von den Jahren 2000 bis 2004 bei beiden Geschlechtern Langeweile, gefolgt von schlechtem Wetter sowie fehlenden SpielkameradInnen und diente somit als „Lückenfüller“. Auch das Ablenken von Problemen im Alltag, der Spaßfaktor oder das Empfinden von guten Gefühlen durch Erfolge sind Motive, die zum Spielen anregen. SpielerInnen vergessen für einen kurzen Moment ihre Pflichten sowie Sorgen und fliehen in eine andere Welt, in der sie sich voll und ganz auf diese konzentrieren und sich gegenüber der Außenwelt abschotten. Auch der Unterhaltungsfaktor spielt eine entscheidende Rolle, denn Computerspiele bereiten den Kindern und Jugendlichen vor allem Spaß. Das Erfolgserlebnis weckt bei ihnen Gefühle von Kompetenz sowie Freude und dieses Gelingen im Spiel gibt ihnen schließlich Selbstbestätigung.<sup>68</sup>

Unsere Gesellschaft tummelt sich immer mehr auf einer rasch zunehmenden Zahl von virtuellen Welten, die als Online-Spielplätze dienen. Inzwischen gehören Computerspiele zu denjenigen Kommunikationsmedien, mit denen wir an

---

<sup>66</sup> vgl. Beil 2013, S. 1

<sup>67</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 9f

<sup>68</sup> vgl. Grapenthin 2007, S. 20ff

gesellschaftlichen Vernetzungen teilhaben. Für die heutigen Heranwachsenden sind diese Kommunikationsräume zu einem integralen Bestandteil des Medienmenüs geworden, was im Speziellen bedeutet, dass sie ein ernstzunehmender Sozialisationsvermittler und -faktor für die Persönlichkeitsentwicklung geworden sind. Daher prägen die Computerspielwelten nicht nur aufgrund des Ausmaßes ihrer Nutzungsreichweite, sondern ebenso hinsichtlich ihrer Sinn- und Bedeutungsgehalte.<sup>69</sup> Laut Krotz (2009) ist das Spielen ein Fall sozialen Handelns und in unserem sozialen Handeln bauen wir Gesellschaft, Kultur, Identität und soziale Beziehungen auf. Hinsichtlich kultureller, ökonomischer und psychischer Konsequenzen der digitalen Spiele auf lange Sicht sollte daher nicht so sehr gefragt werden

„[...]ob, sondern *wie* sich soziales Handeln der Individuen und die Formen des Zusammenlebens der Menschen auch durch das Potenzial des Computerspielens langfristig verändert.“<sup>70</sup>

Besonders aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht wird vor diesem Hintergrund die kritische Analyse der gesellschaftlichen Bedeutung von Computerspielen eine zentrale Herausforderung für die aktuelle und zukünftige Formung unserer Mediengesellschaft.<sup>71</sup>

Im Gegensatz zu anderen Medienformen sind Computerspiele laut Aarseth (2004) ein Subgenre der Simulation und grenzen sich von der “viewer/reader agency” ab. Es ist der dynamische Aspekt des Spiels, der eine beständige Spielwelt kreiert. In Simulationen werden Wissen und Erfahrung durch die Handlungen und Strategien der SpielerInnen kreiert und nicht von SchreiberInnen oder FilmemacherInnen rekonstruiert. Deshalb müssen wir die Beziehung zwischen SpielerIn und Simulation wie auch die komplexe Komposition der Simulation selber verstehen.<sup>72</sup> Hier ist die mimetische Repräsentation relevant, die uns zu verstehen gibt “[...] that *this* signifier equals

---

<sup>69</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 10

<sup>70</sup> Krotz 2009, S. 37

<sup>71</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 10

<sup>72</sup> vgl. Aarseth 2004, S. 52

*this* signified in *this* real world”<sup>73</sup> – eine Signifikationskette. Sie hat ihre Wurzeln in der Renaissance sowie im 19ten Jahrhundert und ist Teil des Zeitalters der mechanischen Reproduktion. Auch heute wissen wir, dass Simulation eine sehr nützliche Möglichkeit ist, um komplexe Umgebungen mit multiplen vernetzten Kausalitäten zu formen.<sup>74</sup>

## 4.2 Definition

Matzenberger (2008) definiert Computerspiele folgendermaßen:

„Ein Computerspiel ist ein System, das durch eine *elektronische Recheneinheit* gesteuert und durch eine dynamische, *audiovisuelle Ausgabe* gekennzeichnet ist und den Nutzer animiert, in einer vom „gewöhnlichen“ *Leben* abgetrennten Wirklichkeit *freie* Entscheidungen zu treffen. Diese *virtuelle Realität* ist in *Zeit* und *Raum begrenzt*, *fiktiv* und in ihr soll nach bindenden *Regeln* ein *Konflikt* überwunden werden, um zu einem *gewünschten* sowie *zählbaren Ergebnis* zu gelangen. Computerspiele haben ihr *Ziel* und ihren *Zweck* in sich selbst und dienen in erster Linie der *Unterhaltung*.“<sup>75</sup>

In Anlehnung an Krause (2010) wird im Zuge dieser Arbeit der Begriff *Computerspiel* als Oberbegriff für alle Video- und Computerspiele verwendet. Bei Computerspielen handelt es sich grundlegend um eine Spielesoftware, die meist unabhängig vom Betriebssystem auf einem PC abgespielt werden kann. Daneben existiert eine Hardware-exklusive Software, die nur in Kombination mit Spielkonsolen bestimmter Herstellermarken funktioniert (z. B. können nur Spiele von *Microsoft X-Box* auf der *X-Box* verwendet werden). Diese werden häufig als Videospiele bezeichnet, da sie nicht auf dem Computerbildschirm, sondern über den Fernseher abgespielt werden. Des Weiteren gibt es noch tragbare Varianten, wie beispielsweise den *Nintendo Gameboy*, aber auch Spiele für das Handy oder andere mobile Applikationen. In jedem Fall basiert das Spielmedium auf einer Computersoftware mit verschiedenen Ausgabetechniken und so wird hier der Klammerbegriff „Computerspiel“ verwendet.<sup>76</sup>

---

<sup>73</sup> Dovey/Kennedy 2006, S. 11

<sup>74</sup> vgl. Dovey/Kennedy 2006, S. 11

<sup>75</sup> Matzenberger 2008, S. 44

<sup>76</sup> vgl. Krause 2010, S. 19

Der Begriff *Computerspielen* verweist einerseits auf ganz unterschiedliche Handlungsmodi, die nicht immer so einfach voneinander zu trennen sind, wie vor allem entlohntes Handeln (Arbeiten), regelbasiertes Spielhandeln (Game), zweckfreies Tun (Play) und leistungsorientiertes Handeln in Bezug auf Computerspiele (eSport). Es handelt sich dabei um einen unproduktiven, freiwilligen, emotional positiven Akt in diesen Systemen, bei denen die Spielerinnen und Spieler mittels Entscheidungen *aktiv* eingreifen, um ein messbares Ergebnis zu erzeugen, wobei sie wissen,<sup>77</sup> dass sie außerhalb des „normalen“ Lebens handeln, auch wenn Spiele kulturelle und soziale Themen aus dem „echten“ Leben enthalten.<sup>78</sup> Die Spannung und die emotionale Involviertheit werden erzeugt durch den ungewissen Ausgang, beziehungsweise das ungewisse Ergebnis, während des Spiels. Bekannt ist dabei der Spielerin und dem Spieler, dass die Ausgänge optional sind und sie dadurch in einer *Als-ob-Situation* handeln. Neben der Einstellung der Spielenden zum Spiel und den Spielregeln ist der soziokulturelle ebenso wie der geschichtliche Rahmen, in dem das Computerspiel seinen Lauf nimmt, ausschlaggebend für die Bedeutung des Spiels.<sup>79</sup> Auch wenn SpielerInnen andere SpielerInnen töten oder neue Welten erschaffen, passiert dies zwar nicht in der realen Wirklichkeit, jedoch verarbeiten sie diese eigenen Erfahrungen. Überdies hinweg werden bei Onlinespielen auch die sozialen Fähigkeiten getestet, wie die Spielenden miteinander kooperieren und umgehen, welche sich nicht nur auf das Verhalten im Spiel beschränken, sondern auch auf einer Metaebene relevant sind. Ein normales Computerspiel kann in der Regel jederzeit ohne Folgen abgebrochen werden, wenn jedoch andere menschliche MitspielerInnen oder GegnerInnen involviert sind, kann dies zu sozialen Irritationen führen, die auch reale Beziehungen beeinflussen können.<sup>80</sup> Gleich wie alle anderen Formen des Spielens prägen und repräsentieren sie daher auch gesellschaftliche Normen und individuelle Werte.<sup>81</sup>

Nicht nur die Spielenden sind „aktiv“ am Spiel beteiligt, auch der Computer selbst hat eine tragende Rolle, welche auf drei Weisen geschieht: Einerseits kann der

---

<sup>77</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 39ff

<sup>78</sup> vgl. Krotz 2009, S. 27

<sup>79</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 39f

<sup>80</sup> vgl. Krotz 2009, S. 30

<sup>81</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 35

Computer Spielumgebung und -anforderungen verändern, wie beispielsweise Zeitabläufe beschleunigen oder neue Hindernisse generieren, andererseits ist es auch möglich, dass er zwar keinen Einfluss auf die Bedingungen hat, jedoch als Gegner zum Vorschein tritt (zum Beispiel Schach). Eine weitere Möglichkeit ist, dass der Computer sowohl die Regeln bestimmt und das Spieleumfeld entwirft als auch zum Teil als Mitspieler oder Gegner (NPC) agiert, wie etwa bei *World of Warcraft*. In diesem Fall werden komplexe Umgebungen vom Computer geschaffen, in denen SpielerInnen verschiedene Arten von sogenannten *Quests* (Aufgaben) unter diversen Bedingungen lösen können und in denen computer- wie auch von Menschen gesteuerte Figuren und MitspielerInnen auftauchen können. Der Computer ist daher auf verschiedenste Weise „aktiv“ am Geschehen wie auch am Spiel beteiligt.<sup>82</sup>

### 4.3 Online Games

Castronova (2005) spricht im Zusammenhang mit Online Games von einer „synthetic world“:

„[...]an expansive, world-like, large-group environment made by humans, for humans, and which is maintained, recorded, and rendered by a computer.“<sup>83</sup>

Die Spielenden können sich über nahezu jeden Computer der Erde einloggen. Der Bildschirm verwandelt sich in ein Fenster, durch das eine alternative Erde, „synthetic world“, gesehen werden kann. Diese Welt kann aus Bergen, Sternen, Häusern, Bäumen, aber auch Drachen, Monster oder im Prinzip allem Möglichen bestehen. Die virtuellen Figuren können dabei von der Software, aber auch von echten Menschen weltweit kontrolliert werden. Egal welche Form die einzelnen SpielerInnen in der virtuellen Welt annehmen, es handelt sich nach wie vor um einen normalen Umgang zwischen echten Menschen.<sup>84</sup>

„In short, synthetic worlds put ordinary humanity in a very strange place, producing forces that deserve hardheaded attention, in my view. All things that

---

<sup>82</sup> vgl. Krotz 2009, S. 27

<sup>83</sup> Castronova 2005, S. 11

<sup>84</sup> vgl. Castronova 2005, S. 6f

matter to ordinary people – their loves, their crusades, their morals, and their material assets – may now have a home in a place other than Earth.“<sup>85</sup>

„Synthetic worlds, being much like our world in their essence, will grow in popularity if they seem to be better places to spend time.“<sup>86</sup> Es gibt diesbezüglich Beweise, die belegen, dass wann immer *synthetic worlds* besser werden, mehr Leute begonnen haben diese zu nutzen. Es ist ein historischer Fakt, dass als die Vernetzung der Computer in den späten 1970 Jahren üblich (oder alltäglich) wurde, text-basierte Onlinespiele mit den ersten Anwendungen für Computer miterschienen, gleich so als ob diese Vernetzung eine der Grundanforderungen der Menschen an Netzwerke wären. Die Welten, die in dieser Zeit kreiert worden sind, waren nicht einfach Spielwelten, sondern vielmehr Plattform für sehr komplizierte und reale gesellschaftliche Dynamiken.<sup>87</sup>

Die Onlinegame-Welt ist ein Universum, das eine Flut an realen menschlichen Beziehungen beherbergt – Handel, Informationen, Politik, Krieg, Gesellschaft und Kultur. Vor allem MMORPGs (massively multiplayer online role-playing games), wo tausende Spieler mittels Computerspielcharakteren miteinander interagieren, teilweise bis zu mehreren Stunden jeden Tag das ganze Jahr lang, hängen damit zusammen. In dieser Welt sind Phantasiestädte gleichzeitig reale Städte:

- Die UserInnen bewegen sich in dieser Welt mit ihren Charakteren von A nach B, ähnlich wie in der realen Welt Autos verwendet werden um sich fortzubewegen.
- Typische UserInnen verbringen 20-30 Stunden oder mehr pro Woche in dieser Phantasiewelt. Einige behaupteten sogar, dass diese mittlerweile zu ihrer „realen“ Welt mutiert ist und dass das Leben auf der wirklichen Erde lediglich zum Essen und Schlafen dient.
- Früher war dies einmal ein Nischenphänomen, jedoch über die Jahre hinweg sind diese künstlichen Welten massiv gewachsen und zählen inzwischen über 10 Millionen UserInnen.

---

<sup>85</sup> Castronova 2005, S. 7

<sup>86</sup> Castronova 2005, S. 71

<sup>87</sup> vgl. Castronova 2005, S. 71

- Jede künstliche Welt hat eine eigene Spielwährung, mit der SpielerInnen handeln können. Es ist auch möglich, diese gegen echtes Geld einzutauschen.
- Aber nicht nur Spielgeld, auch Items (Schwerter, Schilder etc.) werden mit echtem Geld innerhalb (eigene Marktplätze) aber auch außerhalb des Spiels gehandelt. Einige dieser virtuellen Waren können in Extremfällen zu hohen Summen im 4-5-stelligen Bereich an willige KäuferInnen veräußert werden.<sup>88</sup>
- In Asien haben UserInnen, die virtuelle Gegenstände aufgrund von Serverzusammenbrüchen oder Hackerangriffen verloren haben, sogar die Polizei gerufen und Anzeige erstattet, woraufhin dann Verhaftungen und Gerichtsverhandlungen durchgeführt worden sind, die die Opfer gewonnen haben.<sup>89</sup>

Wenn diesen Geschichten Aufmerksamkeit geschenkt wird, dann ist leicht erkennbar, dass die Grenze zwischen Spiel und realem Leben immer verschwommener wird. Somit beeinflussen diese künstlichen Welten immer mehr unsere wirkliche Welt. Sie sind sozusagen ein wichtiger Bestandteil menschlicher Angelegenheiten. Es geht nicht mehr nur ums Spielen: Handel, Liebe, Konflikt, Führung. Die Menschen, von denen gesagt wird, dass sie im Cyberspace „leben“, erreichen mittlerweile mehrere Millionen und es wächst weiter an, wobei dies auch das soziale Verhalten in der realen Welt beeinflusst. Diese Technologie erlaubt es nahezu jeder/m, zu einem moderaten Preis, so viel Zeit wie er/sie wünscht in einer Art alternativen realen Welt, die auf einem Computer aufgebaut und gespeichert wurde, zu verbringen. Auch wenn diese keineswegs „echt“ ist, wirkt sie dennoch für viele als wäre sie das, sodass UserInnen relativ einfach für endlose Stunden, Monat für Monat, Jahr über Jahr, in ihr eintauchen können, als gewissermaßen parallele Existenz. Dieses ganze Phänomen wirkt sich nicht nur auf Kultur, Gesellschaft, Beziehungen und individuelle Emotionen

---

<sup>88</sup> siehe <http://www.netzwelt.de/news/94622-item-verkauf-steam-oeffnet-marktplatz-handel-echtgeld.html> und <http://www.game-2.de/handel-mit-online-game-inhalten-was-ist-zu-beachten/> (30. Mai 2015)

<sup>89</sup> vgl. Castronova 2005, S. 1f

aus, sondern hat ebenfalls einen Einfluss auf die Wirtschaft, Politik und Sicherheit.<sup>90</sup>

Die verschieden ausgeprägten, knapp dargestellten Spielmodi moderner Spiele lassen besonders Onlinespiele, im Gegensatz zu früheren Computerspielen, als ein sehr vielseitiges Kommunikationsphänomen erscheinen. Auch in der vorfindbaren Bandbreite von Genres und Gattungen, die sich durch eine dynamische Entwicklung kontinuierlich erweitert, spiegelt sich dieses wieder. Unterschieden werden kann anhand von Design-Charakteristika und Spieltypen sowie den jeweiligen technik- und nutzungsbezogenen Kontexten.<sup>91</sup>

### **4.3.1 Genre**

Was in erster Linie über die Institutionen, die sich innerhalb der künstlichen Welten entwickelt haben, anzumerken ist, ist dass sie viele und sehr vielfältig sind, vielleicht sogar genug um eine eigene legitime Kultur zu bilden. Das Leben in dieser *synthetic world* ist etwas gewöhnungsbedürftig; alles von Sprache bis hin zu Balzritualen ist anders. Um die institutionellen Muster sinnvoll zusammenzufassen, ist es wichtig einen Überblick über die verschiedenen Welttypen zu geben. Castronova (2005) spricht von drei Dimensionen: Eine Dimension ist die Größe des KundInnenstammes beziehungsweise der UserInnenbasis, quasi wie viele SpielerInnen es gibt. Manche künstliche Welten haben lediglich 8-12 SpielerInnen, wohingegen andere bis in die Millionen hinaufgehen und den Zusatz „massively“ bekommen. Auf einer zweiten Dimension wird betrachtet, was Spielende tun; einige Welten spezialisieren sich beispielsweise auf Rollenspiele (MMORPGs), andere auf Shooter (First Person Shooter) oder friedliche soziale Interaktionen (social games). Eine dritte Dimension bezieht sich auf die Präsenz von AI (Artificial Intelligence). Manche Welten kommen ohne AI aus, andere wiederum haben einige „mobs“ (monsters) und NPCs (Non-Player Characters). Insbesondere die letzten beiden Dimensionen bürden den EntwicklerInnen eine Menge Kosten auf.<sup>92</sup>

---

<sup>90</sup> vgl. Castronova 2005, S. 2ff

<sup>91</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 28

<sup>92</sup> vgl. Castronova 2005, S. 103



Das räumliche Areal, in dem das Spielgeschehen seinen Lauf nimmt, ähnelt in Sachen grafischem Realismus und Repräsentation der natürlichen Welt, sollte jedoch eher mit einer Arena beziehungsweise einer „Miniaturversion der Welt“ verglichen werden, welche für ein spezifisches Gameplay optimiert wurde. Für MMORPG, allerdings auch für viele andere Spiele, ist es zudem typisch, dass es sich häufig um persistente Spielwelten handelt. Dabei sind diejenigen gemeint, die bestehen bleiben und sich stetig weiterentwickeln, egal ob die jeweiligen SpielerInnen teilnehmen oder nicht, beziehungsweise sich aus der Netzwerkverbindung ausloggen. Dadurch beeinflussen die (virtuellen) Spielhandlungen der SpielerInnen nachhaltig, meist irreversible, den Fortbestand der Spielwelt. Handlungen und Entscheidungen wirken sich zum Teil global aus und können nur in Ausnahmefällen wieder rückgängig gemacht werden. Eben diese Charakteristik lädt die Spielerin oder den Spieler dazu ein, das Spielgeschehen ständig zu verfolgen und neue Entwicklungen stets in ihr oder sein Spielverhalten aufzunehmen.<sup>93</sup>

Im Unterschied zu Singleplayer-Spielen sind Computerspiele mit Multiuserfähigkeit dadurch gekennzeichnet, dass mehrere SpielerInnen gleichzeitig und oftmals gegeneinander ein bestimmtes Computerspiel spielen können. Eine einfache Variante stellt das gemeinsame Spielen zu Hause auf der Konsole oder auf dem PC dar.<sup>94</sup> Darüber hinaus unterscheiden Griffiths, Davies und Chappell (2003) drei Formen sozialen, virtuellen Onlinespiels: *Stand Alone Games*, *Local and Wide Network (Lawn) Games* und *MMORPG*. Spiele, die in der Kategorie „Stand Alone Games“ angesiedelt sind, beziehen sich in der Regel auf Single-Player-Angebote für den PC mit der Option online nach menschlichen GegnerInnen zu suchen. Diese Spiele waren ursprünglich dazu gedacht, dass SpielerInnen gegen Computer antreten. Heute ist es zwar möglich online mit anderen SpielerInnen zu kommunizieren, jedoch bildet Gruppenverhalten nicht den Kern dieser Spielaufgabe. Beispiele hierzu sind: *Black & White* und *Diablo (I-III)*. LAWN entstanden aus dem Bedürfnis heraus SpielerInnen zur Unterstützung von Turnieren miteinander zu verlinken. Beispiele hierfür sind FPSs wie *Counter Strike*, *Quake III* oder *Team Fortress Classic*. Im Zentrum steht der taktische

---

<sup>93</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 30f

<sup>94</sup> vgl. Krause 2010, S. 25

Kampf, die Geschichte rund um das Spielgeschehen ist dabei eher wenig relevant und die Spielcharaktere entwickeln sich entweder gar nicht oder wenig. Spielende treffen sich mit anderen MitspielerInnen entweder zu sogenannten LAN-Parties (lokal area network) oder über das Internet und kämpfen als „Clan“ gegen andere feindliche Gruppen im Zuge von „clan wars“ oder innerhalb einer League. Hier spielt das gesellige Vergnügen wie auch die Gemeinschaft eine große Rolle. MMORPGs sind dadurch charakterisiert, dass sie detailgetreue und komplexe „virtuelle Welten“ als Spielbasis haben, innerhalb derer sich die Handlung abspielt.<sup>95</sup>

Im Folgenden wird näher auf vier Genres eingegangen – Rollenspiele, Shooter, RTS, MOBA -, da diese zu den größten und beliebtesten gehören.

#### **4.3.1.1 Rollenspiele**

Im Genre Rollenspiele (RPG), das praktisch in jedem Kosmos angesiedelt sein kann, kreiert und übernimmt die Spielerin oder der Spieler einen Charakter, der durch variable Parameter dargestellt wird und meist aus der Fantasy-Welt stammt, in denen mythische Fertigkeiten denkbar sind. Beinahe alle Neuerscheinungen können beziehungsweise müssen online gespielt werden, wohingegen sich durch die hohe Zahl an aktiven NutzerInnen das Akronym MMORPG etabliert hat.<sup>96</sup> Als Mainstream-Phänomen ist das Genre der Online-Rollenspiele relativ jung. Für diese Entwicklung gilt neben der fortschreitenden Internet-Diffusion das Wirken des „Breakthrough Hit“ *World of Warcraft* als Schlüsselfaktor, durch den Onlinespielen erst zum Massenphänomen wurde<sup>97</sup> und mit dessen boomender Beliebtheit auch die Bedeutung dieses Untersuchungsgegenstandes für die Publizistik- und Kommunikationswissenschaften stieg.<sup>98</sup>

Das inhaltliche Set der meisten MMORPG entstammt zum Großteil, bis auf einige wenige Ausnahmen, der Fantasy-Literatur und stellt Schauplätze aus den Mythen, Märchen und Mittelalter dar. In einigen wenigen Spielen finden sich auch Szenarien aus Superhelden, Science Fiction sowie Kinderabenteuern wieder.

---

<sup>95</sup> vgl. Griffiths/Davies/Chappell 2003, S. 82; Krause 2010, S. 25f

<sup>96</sup> vgl. Matzenberger 2008, S. 73f

<sup>97</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 23f

<sup>98</sup> vgl. Seifert/Jöckel 2009, S. 297

Wie Jeffrey Wimmer (2013) beschreibt sind die wesentlichen Faktoren von MMORPG „[...]das gemeinsame Spiel, die soziale Interaktion und Kommunikation.“<sup>99</sup> In der serverbasierten dreidimensionalen künstlichen Spielwelt, oftmals mit virtuellen verschiedenen Landschaften oder gar Kontinenten mit Städten, nehmen abertausende SpielerInnen mittels Internet von ihrem PC aus weltweit teil. Sie repräsentieren sich dabei durch Spielfiguren, sogenannte Avatare, mit denen sie diverse Spielhandlungen durchführen und mit einer Vielzahl an anderen SpielerInnen interagieren. Zahlreiche Herausforderungen sind hier nur in Kooperation mit anderen MitspielerInnen zu bewältigen. Eben diese bewusste Designentscheidung der SpieleentwicklerInnen setzte den Baustein für die zahlreichen sozialen und komplexen Entwicklungen innerhalb wie auch außerhalb der Spielwelt und trug zum wesentlichen Teil zum enormen Erfolg dieses Spielgenres bei. Die SpielerInnen kommunizieren mittels Chat in Textform sowie vorgefertigten Ausdrücken und Gesten. Wegen der Faszinationskraft und Beliebtheit von Online-Rollenspielen wie *WoW* gibt es in diesem Genre auch die meisten empirischen Forschungsergebnisse.<sup>100</sup>

Es gibt kein zeitliches Ende, das Spiel läuft permanent weiter, auch wenn eine Spielerin oder ein Spieler nicht aktiv daran teilnimmt, beispielsweise weil er/sie ausgeloggt ist. Neben den echten SpielerInnen gibt es auch zahlreiche NPC mit fortgeschrittener AI, mit denen die NutzerInnen interagieren müssen<sup>101</sup> in Form von Monstern, Händlern und „AufgabengeberIn“ (quest-givers).<sup>102</sup> Das komplex programmierte Verhalten ist für die SpielerInnen im Normalfall unvorhersehbar und macht dadurch das Spiel über eine lange Dauer hinweg spannend und abwechslungsreich. SpielerInnen stehen des Öfteren verschiedene Spielcharaktere zur Verfügung, die spezifische Fähigkeiten und Stärken besitzen, zum Beispiel kann ein/e HexenmeisterIn Flüche aussprechen und PriesterIn gut heilen, des Weiteren kann auch das Geschlecht ausgewählt werden. Über Training und das Erwerben sowie Finden von sogenannten „Items“, wie zum Beispiel Zaubersprüche oder Waffen, können die Charaktere weiterentwickelt und

---

<sup>99</sup> Wimmer 2013, S. 31

<sup>100</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 29ff

<sup>101</sup> vgl. Krause 2010, S. 25

<sup>102</sup> vgl. Castronova 2005, S. 103

ihre Fähigkeiten ausgebaut werden.<sup>103</sup> Viele Spielerinnen und Spieler organisieren sich häufig in MMORPGs oder Gilden, um unter anderem Aufgaben besser bewältigen zu können.<sup>104</sup> Manche MMORPGs legen viel Wert auf Inhalt und weniger auf AI; es gibt eine große Welt zu erforschen, jedoch wenig „bots“ zum Kämpfen. Andere wiederum legen den Fokus mehr auf AI anstatt Inhalt; es gibt viele „critters“ (Kriechtiere), jedoch ist die Welt eher klein und SpielerInnen müssen sich in erster Linie mit dem endlosen gegenseitigen Kämpfen beschäftigen.<sup>105</sup>

#### 4.3.1.2 Shooter

Bei Shooter lassen sich zwei Kategorien unterscheiden, wobei sich beide durch den Gebrauch von Schusswaffen auszeichnen: Bei Shoot'em ups, die heute aufgrund der technischen Beschränkungen nicht mehr hergestellt werden, kontrolliert die Spielerin oder der Spieler in einem zweidimensionalen Raum einen Charakter oder ein Fahrzeug und attackiert eine vorbeiziehende Vielzahl an GegnerInnen oder Objekten (z. B. *Defender*). In Ego (oder First Person) (FPS) oder Third Person Shootern können Spielende ihren Avatar durch einen dreidimensionalen Raum bewegen und haben eine andere Perspektive als Shoot'em up.<sup>106</sup> Zu den bekanntesten zählen *Counter Strike*, *Halo* und *Call of Duty*. In diesen FPS-Welten befinden sich typischerweise eher wenig SpielerInnen (8-30), die auch nicht lange darin ausharren. SpielerInnen betreten die Welt und kämpfen eine schnelle, entscheidende Schlacht. Das Spielfeld ist klein (beispielsweise die Größe eines Firmengebäudes) und bleibt über den Zeitraum hinweg gleich, jedoch verändern sich die SpielerInnen mit jedem neuen Spiel. Es gibt kein AI und neben dem Spielort selbst, sehr wenig Inhalt in diesen Welten.<sup>107</sup> Castronova (2005) spricht von zwei verschiedene Sichtweisen: First-Person Perspektive, wo der Avatar selber nicht sichtbar ist, weil die Kamera quasi auf der Spitze der Nase sitzt und Third-Person Perspektive, wobei die Kamera meist

---

<sup>103</sup> vgl. Griffiths/Davies/Chappell 2003, S. 82f; Krause 2010, S. 26

<sup>104</sup> vgl. Krause 2010, S. 25

<sup>105</sup> vgl. Castronova 2005, S. 103

<sup>106</sup> vgl. Matzenberger 2008, S. 74

<sup>107</sup> vgl. Castronova 2005, S. 103

ein wenig hinter und oberhalb des Charakters schwebt. In manchen Spielen kann zwischen diesen beiden auch hin und her gewechselt werden.<sup>108</sup>

Die heutige Popularität von Onlinespielen wie *Counter Strike* kann dadurch hergeleitet werden, dass sie nicht nur offline, sondern auch via Internet zusammen mit anderen Spielern oder in einem Mehrspielermodus in einem lokalen Netzwerk (auf sog. LAN-Partys) genutzt werden können. Der Ursprung liegt auf der Entwicklung der First Person Shooter, die vor allem auf dreidimensionaler Spieleperspektive beruhen. Erstmals erlaubte dieses in einem Labyrinth angesiedelte Actionspiel das gemeinschaftliche Spielen nicht nur in einem lokalen Netzwerk, sondern genießt auch die globalen Vorzüge des Internets. Jetzt konnten Spielende nun durch die ins Spiel integrierten neuen Kommunikationswege als Team versuchen, das Spiel zu meistern oder sogar gegeneinander anzutreten. Daher übte dieses Spiel von Beginn an eine ungeheure Faszinationskraft aus.<sup>109</sup>

Aufgrund der rapide ansteigenden Nachfrage führte es dazu, dass die Spieleindustrie immer mehr Spiele auf den Markt brachten, die dieses netzwerkbasierende Zusammen- beziehungsweise Gegeneinander-Spielen ermöglichte. Laut Wimmer (2013) beruht der Erfolg dieses Spiel-Genres auf drei Faktoren:

- (1) Technische Innovationskraft: marktführend hinsichtlich Grafik und Netzwerkkompatibilität
- (2) Modifikationsmöglichkeiten: zahlreiche Elemente des Spiels können beliebig von Spielern durch Editoren und andere Bearbeitungsprogramme umgestaltet werden (Modding)
- (3) Distributionswege: viele Shooter sind in vereinfachter Version als Shareware über das Internet erhältlich, wobei die Spiele angespielt werden können und dadurch der Kaufanreiz gesteigert wird.<sup>110</sup>

---

<sup>108</sup> vgl. Castronova 2005, S. 34

<sup>109</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 28

<sup>110</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 28f

### 4.3.1.3 RTS/MOBA

Ein weiteres Genre ist Real-Time Strategy (RTS), wie beispielsweise das von Blizzard Entertainment veröffentlichte Spiel *StarCraft*. Hier stehen sich normalerweise in Echtzeit entweder EinzelgegnerInnen oder Teams gegenüber und treten rundenbasierend gegeneinander an. Sie kontrollieren dabei mehrere Einheiten und müssen jeweils wirtschaftliche sowie strategische Entscheidungen treffen.<sup>111</sup>

Das von Riot Games veröffentlichte Spiel *League of Legend (LoL)* gehört zu den derzeit erfolgreichsten Free-to-Play Onlinespielen der Welt mit monatlich etwa 67 Millionen aktiven Spielerinnen und Spielern (Stand 2014).<sup>112</sup> Es handelt sich hier um das Genre Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) oder auch Action Real-Time Strategy (ARTS), einem Sub-Genre der RTS. Es unterscheidet sich dahingegen, dass die Spielenden lediglich einen Champion kontrollieren und ist daher eine Mischung aus Action Games und RTS. Dieses Genre basiert auf einem kooperativen Teamspiel mit dem Ziel die gegnerische Basis zu zerstören. Spielerinnen und Spieler wählen dabei passend zur Team-Strategie jeweils einen „Hero“ mit verschiedenen Fähigkeiten und Vorteilen aus.<sup>113</sup>

## 4.4 Game Studies

Im akademischen Forschungsbereich sind Computerspiele eine vergleichsweise junge Disziplin und die sich höchstens bis zur Jahrtausendwende zurückverfolgen lässt. Die Game Studies können jedoch selbst heute noch nicht als abgeschlossener Gegenstand bezeichnet werden, bestenfalls als Quasi-Disziplin. Das bedeutet, dass sie noch keine homogene Fachrichtung darstellt, sondern ein trans- oder multidisziplinäres Feld, das stetig neue Ansätze aufgreift. Immer mehr internationale Forscher stießen vor einigen Jahren auf dieses Umfeld, sei es Jesper Juul, Katie Salen und Eric Zimmerman oder Dovey und Kennedy. Neben der Fülle an Büchern und periodisch erscheinenden Zeitschriften zu diesem Thema, gibt es auch zahlreiche öffentliche Debatten und regelmäßig abgehaltene Konferenzen, die den Wissensaustausch

---

<sup>111</sup> vgl. Fleck 2008, S. 16; Masoud/Ronak, S. 3

<sup>112</sup> vgl. <http://www.riotgames.com/articles/20140711/1322/league-players-reach-new-heights-2014> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>113</sup> vgl. Masoud/Ronak, S. 3

komplimentieren. Sie sind mit einem dynamischen Untersuchungsobjekt konfrontiert und dürfen nicht von einer eindeutigen Spielererfahrung ausgehen, die sie erklären und festhalten können.<sup>114</sup>

Das Konzept des „interaktiven“ Texts ist eines der grundlegendsten Ansichten innerhalb der New Media Studies und digitalen Kultur. Ursprünglich wurde ein Text als „interaktiv“ bezeichnet, wenn eine Einzelperson direkt eingreifen und das Bild sowie den Text ändern kann, das er oder sie sieht. So wird das Publikum für New Media zu „UserInnen“ anstatt „ZuseherInnen“ der visuellen Kultur, Film und TV, oder „LeserInnen“ von Literatur. Dovey und Kennedy (2006) meinen, dass wir in der Beurteilung eines Spiels Rückschlüsse nicht nur aus den textlichen Charakteristiken ziehen, sondern besonders auf den Moment der Ausführung während des Spiels achten sollten. Der „Text“ wird zur komplexen Interaktion zwischen SpielerIn und Spiel, was als *Gameplay* bezeichnet wird.<sup>115</sup>

Game und Play finden in ihrer eigenen Zeit und Umgebung statt, dem sogenannten „magic circle“.<sup>116</sup> Dieser Ort ist in sich geschlossen und grenzt sich von der realen Welt ab. In dem Versuch, die menschliche Spieltradition zu modernisieren, ist es wichtig die Aufmerksamkeit darauf zu richten, dass der Raum, in dem Computerspiele stattfinden, je nach Alter, Gender, Ethnizität, Klasse oder Herkunft anders erlebt werden kann. Auch wenn es sich beim „magic circle“ um einen eigenen „Spielplatz“ handelt, ist dieser nicht utopisch, er existiert immer noch im Zusammenhang mit der sozialen Zeit und dem materiellen Ort.<sup>117</sup>

#### **4.4.1 Immersion- und Flow-Theorie**

*Immersion* und *Flow* nehmen eine wichtige Position in der Game Studies ein. Bei beiden geht es hauptsächlich um das „Eintauchen“ in eine künstliche Welt aufgrund des hohen Grades an Interaktion.<sup>118</sup>

Intensives Computerspielen wird häufig beschrieben als Verlustgefühl von Ort, Zeit und sich selbst – von *Immersion*. Auch wenn Verlustgefühl seiner selbst evident ist in einer Bandbreite von Medienkonsum, *Immersion* in einer Spielwelt

---

<sup>114</sup> vgl. Matzenberger 2008, S. 143ff

<sup>115</sup> vgl. Dovey/Kennedy 2006, S. 5f

<sup>116</sup> vgl. Dovey/Kennedy 2006, S. 28

<sup>117</sup> vgl. Dovey/Kennedy 2006, S. 36

<sup>118</sup> vgl. Matzenberger 2008, S. 154f

ist anders. Nervenkitzel, Herausforderungen und Bedrohungen werden erlebt durch intimes, emotionales, mentales und physisches Engagement der SpielerInnen mit dem Spiel und der Spieltechnologie. Allerdings ist die *Immersion* von einer/m ComputerspielerIn weniger das Versinken in eine virtuelle Realität, sondern vielmehr der hohe Grad an intensiver Konzentration, die durch eine Kombination aus Aktivitäten – Kontrollsystem meistern, Gameplay verstehen, Puzzle lösen, Feinde töten und strategisches Planen - produziert wird. Dieses hohe Engagement innerhalb der Spielewelt kann dafür verantwortlich sein, dass das Zeitgefühl oder physische Unbehagen mit der Zeit schwindet, je besser die Fähigkeiten der Spielenden werden. Dies wird höchst kritisiert. Eine Stunde kann wie eine Minute wahrgenommen werden, je intensiver gespielt wird.<sup>119</sup> Die Interaktivität des Mediums Spiel ist eng verbunden mit der *Immersion*. James Newman, auf den sich Wimmer (2013) bezieht, spricht im Zuge dessen von Interaktivität als Zusammenwirken von Spiel (System), Spieler sowie Spielerin und der Spielwelt. Er geht davon aus, dass die Interaktivität bezüglich Spiel und SpielerIn nicht als abstraktes Input-Output-Modell gesehen werden kann, sondern eher ergibt sie sich in Spielen dadurch, dass sowohl die Spielenden sich aktiv einbringen und auch, dass sie in das Spiel eingeschlossen sind. Interaktives Spielen wird als ‚on-line‘ und Rezeption des Spiels als ‚off-line‘ bezeichnet.<sup>120</sup>

Mit *Flow* ist „[...]das Glücksgefühl des völligen Aufgehens in einer Tätigkeit gemeint, eine Art Rauschzustand, wenn man von etwas vollständig gefesselt und vereinnahmt wird, kurz: eine optimale Erfahrung.“<sup>121</sup> Für ein positives Spielerlebnis spielen Steuerbarkeit der Figur, Schwierigkeitsgrad und die einfach verständlichen Spielregeln eine große Rolle. Wenn Spielende bei Erfolgen angemessen gefordert werden, kann dies zu einem sogenannten „Flow“-Effekt führen. Dabei vergessen sie alles um sich herum und verlieren dabei ebenfalls ihr Zeitgefühl. Um diesen aufrechtzuerhalten benötigt es eine konstant steigende Leistungsanforderung während des Spielverlaufs. Für jede Spielanforderung gibt es in den meisten Computerspielen verschiedene Schwierigkeitsgrade zur

---

<sup>119</sup> vgl. Dovey/Kennedy 2006, S. 8

<sup>120</sup> vgl. James Newman 2002 zit. nach Wimmer 2013, S. 59

<sup>121</sup> Matzenberger 2008, S. 155



Auswahl, damit sichergestellt wird, dass die Spielenden ganz ohne Frustrationserlebnisse weder über- noch unterfordert werden.<sup>122</sup>

## 4.5 Spieleindustrie

Nach Angaben des Bundesverbandes Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU) spielen etwa 29% der Deutschen beinahe regelmäßig digitale Spiele, was zeigt, dass die Tendenz steigt und Spiele für immer mehr Menschen aller Altersgruppen ein fester Bestandteil ihres Medienalltags geworden sind. Auch die Geschlechterunterschiede gleichen sich immer weiter an ( weiblich, 52% männlich). Die/der durchschnittliche GamerIn (ComputerspielerIn) ist etwa 34 Jahre alt. Demnach hat sich das Konsumbild der Spieleindustrie verändert und umfasst heute ein wesentlich breiteres Spektrum, wozu auch vermehrt Frauen gehören. Bei Online- und Browser-Spielen gab es im Jahr 2014 laut BIU im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung von 7% auf etwa 17 Millionen Nutzer.<sup>123</sup>

Somit ist die Computerspieleindustrie längst der Subkultur entwachsen und im kaufkräftigen Mainstream angekommen. Die Computerspiele erstrecken sich auf eine Fülle von Genres und Spielarten und daher ist der Absatzmarkt oft stark klischeebehafte vordefiniert. Da die Spielebranche generell als sehr dynamisch gilt, besitzt sie im Kontrast zu anderen Unterhaltungsindustrien mehrere Eigenheiten.<sup>124</sup> Diese Industrie stellt branchentechnisch ein idealtypisches Exempel für die ansteigende Konvergenz der Medienproduktion und die horizontale Verflechtung unterschiedlicher Unterhaltungsbranchen dar. Beispielsweise wurden bereits zahlreiche Computerspiele verfilmt (Tomb Raider, Silent Hill etc.) und viele Filme dienten als Computerspielgrundlage (Harry Potter, The Incredibles etc.).<sup>125</sup> Der Umsatz der Spielesoftware auf dem gesamten deutschen Markt beträgt fast 2 Milliarden Euro<sup>126</sup> und liegt weltweit bei etwa 42

---

<sup>122</sup> vgl. Grapenthin 2007, S. 25ff

<sup>123</sup> vgl. <http://www.biu-online.de/de/fakten/marktzahlen-2014/infografik-nutzer-digitaler-spiele-in-deutschland/infografik-nutzer-digitaler-spiele-in-deutschland-2014.html>, (aufgerufen am 20. Mai 2015)

<sup>124</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 123

<sup>125</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 127

<sup>126</sup> vgl. <http://www.biu-online.de/de/fakten/marktzahlen-2014/infografik-gesamtmarkt-digitale-spiele/gesamtmarkt-digitale-spiele-2014.html> (aufgerufen am 20. Mai 2015)

Milliarden Euro (Stand 2014).<sup>127</sup> Dieser Industriezweig zählt somit neben den anderen Medienzweigen wie Musik und Film zu den erfolgreichsten. Des Weiteren war es jahrelang umstritten, ob es sinnvoll ist, Computerspiele exklusiv für weibliche Zielgruppen zu entwickeln. Der große Durchbruch der Spielkonsole Nintendo Wii, Nintendo DS und der *Singstar*-Reihe für die Sony PlayStation zeigen jedoch, dass eine konsequente Orientierung an den Interessen weiblicher Spieler und ein völlig neu gedachtes Computerspielangebot sehr erfolgreich sein kann.<sup>128</sup>

Auch die Politik erkennt zunehmend den Stellenwert von Computerspielen und vergibt in Deutschland seit 2007 den Deutschen Computerspielpreis zur Förderung wertvoller Computerspiele. Es sei

„[...]eine multimediale Spielekultur entstanden, die Ausdruck in der vermehrten Nutzung von Computerspielen und anderen interaktiven Unterhaltungsmedien findet. [...] Computerspiele transportieren gesellschaftliche Abbilder und thematisieren eigene kulturelle Inhalte. Sie werden damit zu einem bedeutenden Bestandteil des kulturellen Lebens unseres Landes und sind prägend für unsere Gesellschaft.“<sup>129</sup>

Von Beginn an wurde die Spieleindustrie vor große konzeptionelle, technische und demografische Herausforderungen gestellt, nicht nur durch den ständigen Innovationsdruck zeitgemäße Spiele anzubieten und die immer höher werdenden Ansprüche des Publikums zu befriedigen, sondern auch aufgrund der zum Teil sehr kurzen technischen Lebenszyklen von PC- und Konsolenspielen. Bis heute dauern diese Prozesse an und haben zu starken Konzentrationsentwicklungen geführt.<sup>130</sup> Dieser Markt ist unübersichtlich und komplex. Die derzeitige Struktur dieser Industrie ist eine klassische Kombination aus einer kleinen Anzahl großer, konkurrierender Konzerne, während eine Armee kleiner, innovativer Firmen sich von außen eindringt. Zu den wenigen „big playern“ gehören unter anderem

---

<sup>127</sup> vgl. <http://www.statista.com/statistics/237187/global-video-games-revenue/>, (aufgerufen am 3. Juni 2015)

47 Milliarden Dollar; Umrechnungskurs: 1 Dollar = 0.90 Euro (Kurs 3. Juni 2015)

<sup>128</sup> vgl. Krause 2010, S. 22

<sup>129</sup> vgl. Deutscher Bundestag 2007, <http://deutscher-computerspielpreis.de/preis/bundestagsantrag> (aufgerufen am 20. Mai 2015)

<sup>130</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 123

Electronic Arts,<sup>131</sup> Sony und NCSoft. Abseits dieser Firmen, gibt es eine große Anzahl potentieller und mächtiger Teilnehmer, wie Microsoft mit ihrer Xbox Live Plattform, Blizzard Entertainment<sup>132</sup> und neu Riot Games.

Wegen den Netzwerkeffekten kommt es für diese dann zu wirtschaftlichen Aufwärtsspiralen, im Sinne von „winner takes it all“, wohingegen die kleineren MitbewerberInnen eher zu Abwärtsspiralen tendieren – ein rückläufiger Absatz führt zu geringer Produktion, was wiederum den Absatz weiter reduziert. Zu sehen ist diese Entwicklung am besten bei den wenigen Großproduktionen, die immer neue Veröffentlichungsrekorde aufstellen und aufgrund der immer umfangreicheren Werbung den Markt dominieren. Beispielhaft dafür ist das im Jahre 2012 erschienene Action-Rollenspiel *Diablo 3* von Blizzard Entertainment, das zu der Zeit als das am schnellsten verkaufte Computerspiel aller Zeiten galt. Allein in der ersten Woche wurden global 6,3 Millionen Einheiten veräußert.<sup>133</sup> Einer der Gründe warum jedoch einige Firmen im Bereich der Online-Games kläglich scheitern ist, weil sie oftmals nicht genau verstehen, dass es sich bei *synthetic worlds* hauptsächlich um ein fortlaufende Service handelt und nicht nur um „ein Stück Software“.<sup>134</sup>

#### **4.5.1 Wirtschaftliche Aspekte**

Auch wenn es eventuell einige Personen behaupten, sind virtuelle Güter nicht wertlos, nur weil sie nicht angreifbar sind: „Price indicates social value; virtual items have a price; therefore virtual items do have social value.“<sup>135</sup> Wenn eine Gesellschaft im Cyberspace der Meinung ist, dass ein bestimmtes leuchtendes Schwert wirklich magisch ist im Sinne von großer und außergewöhnlicher Macht, gilt dies nicht nur innerhalb dieser Welt, sondern hat auch einen Einfluss auf das Urteil außerhalb. Im Zuge dessen werden virtuelle Gegenstände real, wenn sich die meisten Menschen einig sind, dass dieses Ding einen realen Wert hat, hat es wirklich diesen wahren Wert. Es ist somit nicht mehr nur virtuell sondern real und echt. Die Verwischung von real und virtuell ist wahrscheinlich nirgends so

---

<sup>131</sup> vgl. Krause 2010, S. 21

<sup>132</sup> vgl. Castronova 2005, S. 126f

<sup>133</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 123f

<sup>134</sup> vgl. Castronova 2005, S. 127

<sup>135</sup> Castronova 2005, S. 46

offensichtlich wie in der Preisgestaltung von Gütern und Dienstleistungen, die nur innerhalb der synthetischen Welt existieren.<sup>136</sup> Nach einer Umfrage von PWC (PriceWaterhouseCooper) können sich 40% der 1.200 befragten Spielerinnen und Spieler grundsätzlich vorstellen, für digitale Gegenstände, werbefreie Spielsequenzen oder Zusatz-Level zu bezahlen.<sup>137</sup> Mit einem angeblichen Umsatz von bis zu 880 Millionen Dollar jährlich für virtuelle Güter beschloss Ebay im Jahr 2007 schließlich diesen Verkauf zu verbieten (mit Ausnahme von Second Life).<sup>138</sup>

#### **4.5.2 Akteure der Wertschöpfungskette**

Seit mehr als zehn Jahren hat sich durch den Boom der Onlinespiele ein neuer Markt mit zum Teil veränderten Charakteristika in der Preisgestaltung und Distribution herausgebildet. In der Spieleindustrie sind verschiedene Akteure an der klassischen Wertschöpfungskette beteiligt, die von Genre zu Genre noch weiter ausdifferenziert werden können: EntwicklerInnen, PublisherInnen, Handel/Distribution und schlussendlich KonsumentInnen.<sup>139</sup>

*EntwicklerInnen:* Sie konzipieren, programmieren und entwerfen das Computerspiel und bieten der Publisherin oder den Publisher ihre Konzepte sowie Prototypen zur Vermarktung an. Die Entwicklung kann entweder extern, durch ein unabhängiges Entwicklerstudio, oder intern durch die Entwicklungsabteilung einer Verlegerin oder eines Verlegers erfolgen. Es gibt aber auch Einzelpersonen beziehungsweise kleine unabhängige Gruppen, die sogenannte Independent Games (Indie Games) entwickeln, jedoch von keiner/m PublisherIn finanziell unterstützt werden.<sup>140</sup> Spielentwicklerfirmen beschäftigen unter anderem DesignerInnen, die Gameplay-Prozesse konzipieren und implementieren; ArtistInnen, die die Umwelt und Charaktere designen; ProgrammiererInnen, die entweder als „level programmers“ den Code für die einzelnen „events“ in einem gewissen Level erstellen oder

---

<sup>136</sup> vgl. Castronova 2005, S. 148f

<sup>137</sup> vgl. [http://www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/whitepaper\\_videospiele.jhtml](http://www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/whitepaper_videospiele.jhtml) (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>138</sup> vgl. Terdiman 2007, [http://news.cnet.com/eBay-bans-auctions-of-virtual-goods/2100-1043\\_3-6154372.html](http://news.cnet.com/eBay-bans-auctions-of-virtual-goods/2100-1043_3-6154372.html) (aufgerufen am 11. Jänner 2015)

<sup>139</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 128ff

<sup>140</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 131

„section programmers“, die diesen für den zugrundeliegende Spielantrieb schreiben.<sup>141</sup> Die meisten von ihnen kommen aus der Fan Community,

“[...]though this culture is maintained within and through the workplace, it can also be seen as the cutting edge of new forms of the organization of work where the distinction between work and play is eroded.”<sup>142</sup>

Während sich eine hobby- und fangesteuerte Subkultur immer mehr in die globale Medienindustrie vertieft, entstehen neue Grenzen und Adaptionen. Diese erzwungenen Grenzen dieser Integration beinhalten sehr hohe Produktionskosten, sehr stark kontrollierte Produktionsprozesse und mehr oder weniger statische Verkaufspreise (zumindest bezüglich Spielekonsolen).<sup>143</sup>

*PublisherIn / VerlegerIn:* In diesen Aufgabenbereich fällt die Finanzierung, die Produktion der Verpackung und der Hard-Copies ebenso wie die Vermarktung der Computerspiele. Sie gelten als zentrales Glied in der Wertschöpfungskette und haben meist ein hohes finanzielles Budget zur Verfügung, damit sie den Marktzugang wie auch den Distributionskanal dominieren. In den meisten Fällen sind Publisher-Unternehmen, wie beispielsweise Electronic Arts oder Nintendo, große, international agierende Konzerne mit mehr als tausend MitarbeiterInnen und handeln in Auslandsmärkten autonom, oder, wie in Europa, durch lokale Tochterfirmen. Die Einnahmen hängen mit den einzelnen Spieltiteln und deren Vermarktung zusammen, deshalb favorisieren sie jene, die sich gut bewerben und infolgedessen gewinnbringend verkaufen lassen. EntwicklerIn und VerlegerIn stehen in enger Beziehung zueinander und sind durch ein gegenseitiges Abhängigkeitsverhältnis geprägt.

*Distribution:* Sie stellt das Bindeglied zwischen EntwicklerInnen/PublisherInnen und dem Handel da, wobei der Online-Vertrieb von Spielen in den letzten Jahren immer mehr gestiegen ist. Heutzutage werden auf Plattformen wie Xbox Live, Steam und PlayStation

---

<sup>141</sup> vgl. Dovey/Kennedy 2006, S. 47

<sup>142</sup> Dovey/Kennedy 2006, S. 47

<sup>143</sup> vgl. Dovey/Kennedy 2006, S. 47

Network nicht nur kleine Casual Games, sondern auch AAA-Titel<sup>144</sup> zum Herunterladen angeboten. Zukünftig wollen große Publisherfirmen wie Electronic Arts ihre Distributionen grundsätzlich über das Internet durchführen, was zur Folge hat, dass sie ihre Produkte nun sowohl über den Distributor und den Handel absetzen, als auch auf unabhängigen Spieleportalen oder dem Kunden direkt anbieten können.

*KonsumentInnen:* Die EndverbraucherInnen sind schlussendlich die weiblichen oder männlichen Computerspieler, die die letzte Wertschöpfungsstufe darstellen und als KonsumentInnen beziehungsweise NutzerInnen digitaler Spiele den Markt bestimmen. Sie werden unter dem Eindruck zunehmender Konvergenzprozesse vermehrt als MitgestalterInnen, anstatt reine AbnehmerInnen (ProsumentInnen), verstanden, nehmen in der Spieleindustrie einen immer größer werdenden Stellenwert ein und werden unter anderem aktiv in den Prozess der Spieleentwicklung miteingebunden. Bestes Beispiel dafür sind die Modder, die einzelne Elemente existierender Spiele (Spielebenen, Designelemente etc.) korrigieren, weiterentwickeln oder sogar zu neuen Spielkonzepten überarbeiten. Eines der berühmtesten Exempel ist der global erfolgreiche und heute noch populäre First Person Shooter *Counter Strike*, eine Modifikation für *Half-Life*.<sup>145</sup>

#### **4.5.3 Arbeiten in der Gaming Branche**

Die öffentlichen Diskurse über Computerspiele fokussieren sich hauptsächlich auf Aspekte des Jugendschutzes, der vermeintlichen Gewaltbereitschaft und der Suchtgefahr exzessiver GamerInnen. Die Menschen hinter den Computerspielen, die so genannten „Gameworkers“, wurden bis vor kurzem eher in den Hintergrund gerückt und wenig beachtet. Es handelt sich hierbei um Personen, die sich vorwiegend mit der Produktion und Entwicklung digitaler Spiele beschäftigen, von Game-DesignerInnen, GrafikerInnen, ProgrammiererInnen, bis hin zu MusikerInnen, Sound-DesignerInnen und vielen mehr.<sup>146</sup>

---

<sup>144</sup> AAA-Spiele sind meist von hoher Qualität und wurden von großen Studios mit großem Budget entwickelt; Consalvo 2012, <http://adanewmedia.org/2012/11/issue1-consalvo/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>145</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 131ff

<sup>146</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 137f

Die International Game Developers Assoziation (IGDA) ist eine Non-Profit Mitgliederorganisation, die sich genau mit diesen Gameworkers und den Auswirkungen des Berufes auf deren Leben auseinandersetzt. Ihre Aufgaben beziehen sich auf folgende Kernbereiche:

- „Advocacy: Make change in our industry by identifying and speaking out on key issues
- Networking and Community: Connecting members with their peers, both geographically and functionally
- Professional Development: Promoting constant improvement of our craft
- International Reach: Expanding the global community of game developers“<sup>147</sup>

Ihre erste Studie – Quality of Life - führten sie im Jahre 2004 durch, um ein klareres Verständnis für die Probleme und deren Auswirkungen auf das Leben der SpieleentwicklerInnen zu haben – von *Crunch Time* bis hin zur Vergütung. 2009 wurde in Zusammenarbeit mit der Western University in Ontario, Canada und TÉLUQ in Québec die Studie wiederholt. Im Jahr 2014 bedienten sie sich einer anderen Herangehensweise, die systematischer hinsichtlich des Verständnisses bezüglich SpieleentwicklerInnen weltweit, inklusive IGDA-MitgliederInnen und NichtmitgliederInnen, ist. Hierbei geht es nicht nur um das Sammeln von Basisinformationen, sondern vielmehr darum, die Prioritäten der EntwicklerInnen wie auch die relevantesten Probleme, die die gesamte Zufriedenheit beeinflussen, zu kennen.<sup>148 149</sup>

Diese Industrie- und Organisationsstrukturen der Spieleindustrie haben einen starken Einfluss auf den Berufsalltag der Spieleentwicklung. Individuelle Kreativität ist ein essentieller Faktor der Spielwirtschaft und ist einem permanenten Wandel unterworfen - ständiges Suchen nach neuen Entdeckungen, Möglichkeiten und Experimenten. Sie ist außerdem äußerst anspruchsvoll und stressig. Die „heiße Phase“, oder so genannte *Crunch Time*, ist der ständige Begleiter der SpieleentwicklerInnen, in Bezug auf unbezahlte

---

<sup>147</sup> <http://www.igda.org/?page=about> (aufgerufen am 10. Mai 2015)

<sup>148</sup> vgl. Edwards (Hrsg.) 2014, S. 5

<sup>149</sup> mehr dazu: [https://c.ymcdn.com/sites/www.igda.org/resource/collection/9215B88F-2AA3-4471-B44D-B5D58FF25DC7/igda\\_surveyresults2014\\_v7.pdf](https://c.ymcdn.com/sites/www.igda.org/resource/collection/9215B88F-2AA3-4471-B44D-B5D58FF25DC7/igda_surveyresults2014_v7.pdf) (aufgerufen am 10. Mai 2015)

Überstunden und die Herausforderung zeitlich eng gelegte Termine fristgerecht einzuhalten, daher hält die Industrie bedingungslose Leidenschaft für diese Arbeit für einen essenziellen Bestandteil. Stress ebenso wie die große Arbeitsbelastung zeichnet diesen Berufsstand aus. Trotzdem wollen mehr und mehr Menschen in die Spieleindustrie einsteigen und die Konkurrenz wird immer größer. Aufgrund dessen sind soziale und persönliche Kompetenzen ein „Must-have“, welche sich besonders auf die Teamfähigkeit beziehen, nicht nur innerhalb des Entwicklungsteams sondern ebenso in Bezug auf externe Anspruchsgruppen (z.B. VerlegerInnen). Neben der Leidenschaft für Computerspiele gelten Durchhaltevermögen, Belastbarkeit und Geduld ebenso als essentielle Charakteristiken in dieser Branche. Trotz steigender Anzahl an beschäftigten Frauen in der Spieleindustrie, bilden sie nach wie vor die Minderheit und dabei unterscheiden sich auch die Arbeitsbedingungen von denen ihrer männlichen Kollegen.<sup>150</sup>

#### **4.6 Spielekultur**

Es gibt viele Wege Popkultur zu definieren, jedoch im Allgemeinen handelt es sich dabei um eine einfache Kultur, die weitgehend favorisiert wird oder einfach bei vielen Menschen beliebt ist und oft als “mass-produced commercial culture” bezeichnet wird.<sup>151</sup> Computerspiele und somit auch die Spielekultur erfüllen alle Kriterien um Teil der Popkultur zu sein. Spiele-“Motoren” sind das beste Beispiel für die Simulationstechnologie, die in den Kreis der Popkultur eintreten. Sie sind dynamische, regelbasierte Systeme, die aus Millionen von Computercodezeilen bestehen und Welten kreieren, die NutzerInnen anziehend und verlockend finden. Computerspiele können als Form verstanden werden,

„[...]that compels the user’s participation in the realm of acting out, spectacle, having agency within the pervasive media sphere that is such a significant part of our natural environment”.<sup>152</sup>

Laut Frans Mäyrä (2008) sollte der Fokus der Game Studies auf der Interaktion zwischen SpielerIn und Spiel ebenso wie auf dem sich daraus ergebenden

---

<sup>150</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 139ff; mehr dazu in Kapitel 6.2

<sup>151</sup> vgl. Storey 2006, S. 4f

<sup>152</sup> Dovey/Kennedy 2006, S. 12f



Kontext liegen. Durch die unterschiedlichen Aspekte von Spielkultur wird das Spielerleben in realweltliche Begebenheiten eingebunden und der Bedeutungscharakter des Spielens erzeugt. Spielkulturen beziehen sich daher aus Aneignungsperspektive auf folgende essenzielle analytische Dimensionen:

- (1) Die unterschiedlichen Arten und teilweise höchst differenzierten Praktiken des täglichen Umgangs mit Computerspielen,
- (2) die damit verbundenen, jeweils recht verschiedenen Erfahrungen, Erlebnisse und
- (3) deren Einbindung in den Alltag der SpielerInnen.<sup>153</sup>

„Gaming cultures are often recognized as subcultures organized around games and playing, bringing together enthusiastic players who organize in their speech and behaviour the meanings attached to see play forms.“<sup>154</sup>

Hierzu gehört laut Mäyrä:

- (1) Sprache: bestimmte Redewendungen und Wörter sowie die damit einhergehenden subkulturell spezielle Verwendung von Begriffen und Verständigungsmöglichkeiten,
- (2) Rituale: wie beispielsweise LAN-Parties, oder andere Real Life-Treffen
- (3) Artefakte: wie zum Beispiel bestimmte Bücher, originalverpackte Spiele oder Poster zu Spielen
- (4) Bestimmte Erinnerungsstücke: welche an individuelle oder kollektive Spielerlebnisse erinnern
- (5) kollektive Orte: die der Reflektion und des Dialogs über Spielerlebnisse dienen, wie zum Beispiel Diskussionsforen im Internet.<sup>155</sup>

Jedoch bleiben große Teile der Spielkultur unsichtbar, besonders die Causal GamerInnen, da sich diese nicht aktiv in die Fan-Aktivitäten und -Communities rund um Computerspiele einbringen, auch wenn sie die Mehrheit der Computerspielenden einnehmen.<sup>156</sup>

---

<sup>153</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 73f

<sup>154</sup> Mäyrä 2008, S. 28

<sup>155</sup> vgl. Mäyrä 2008, S. 28

<sup>156</sup> vgl. Mäyrä 2008, S. 28

Die "ideale" Zielperson der Spielekultur wird meistens als "weiß", "heterosexuell" sowie "männlich" assoziiert und spielt in dieser Kultur eine wichtige Rolle. Allerdings aufgrund der Entwicklung und des Wachstums der Spielekultur innerhalb der oftmals unberechenbaren Popkultur, sind diese Ansätze nicht ganz ungestört und werden regelmäßig angefochten.<sup>157</sup> Die Statusunterschiede in den *synthetic worlds* greifen Emotionen an, die mit denen von der Erde korrespondieren. Es gibt eine Menge Salutieren, Kriechen und Jammern. Nutzerinnen und Nutzer werden angespornt Weiterentwicklungsaufgaben zu vollenden, nicht nur für einen selber, sondern um dadurch seine sozialen Fähigkeiten aufzubessern. Der psychologische Effekt ähnelt dem der normalen Welt, wenn Dinge vollbracht werden. Der kritische Punkt hierbei ist, dass diese Statureffekte als expliziter Designfaktor in den Welten gelten; es wäre auch möglich gewesen eine Welt mit Androgynen zu entwickeln, stattdessen macht es laut Castronova (2005) mehr Spaß, dass es Männer und Frauen gibt, die sich auch dementsprechend verhalten – auch wenn (oder gerade deshalb) die Person und der Avatar zwangsläufig denselben Weg gehen.<sup>158</sup>

Die sozialen Institutionen innerhalb der *synthetic worlds* haben einen Effekt auf das echte Leben in Bezug auf soziale Beziehungen. In all diesen Welten ist es üblich, dass Spielerinnen und Spieler Gruppen bilden, um gemeinsam Monster zu jagen, zu plaudern oder Aufgaben zu lösen. Diese sogenannten „Gilden“ bestehen aus Freunden, Familie etc., die von außerhalb erkennbar sind, oder dazu beitragen können, langjährige Freundschaften zu bilden. SpielerInnen organisieren regelmäßige Fantreffen um zusätzlich die Online-Freundschaften in der Außenwelt zu pflegen und so bestehen diese User-Communities gleichzeitig innerhalb und außerhalb der künstlichen Welten.<sup>159</sup>

Beispiele für die Arten der Koppelung der virtuellen und echten Welt:

*Gruppenformationen:* Gilden haben oftmals eine eigene Webseite außerhalb des Spiels, wo die Konversationen weiterlaufen.

---

<sup>157</sup> vgl. Dovey/Kennedy 2006, S. 63

<sup>158</sup> vgl. Castronova 2005, S. 113

<sup>159</sup> vgl. Castronova 2005, S. 121

*Konversationen:* Innerhalb des Spiels finden Konversationen normalerweise via Chat oder „voice over Internet“ (zum Beispiel Skype, Teamspeak) statt. Außerhalb wird zusätzlich über Blogs, Telefon, Forums etc. kommuniziert.

*Ökonomie:* In diesen Spielwelten arbeiten Spielende, verdienen oder erstellen Gegenstände (sogenannte „Items“), verkaufen diese mit virtuellen Zahlungsmitteln und kaufen damit neue. Jedoch wird mit diesen Items und Zahlungsmitteln nicht nur im Spiel gehandelt, sondern auch außerhalb mit echtem Geld.<sup>160</sup>

*Kultur:* Spielwelten sind, wie erwähnt, bestückt mit Symbolen, Ritualen und eigener Sprache, die sich bei Fantreffen, aber auch im Alltag wiederfinden lassen im Zuge von Kleidung, Ausrüstung oder ähnlichem. Aber auch Ereignisse, Rituale etc. aus der wirklichen Welt finden sich in der virtuellen Realität wieder, wie beispielsweise das Ereignis vom 11. September 2001.

Es gibt natürlich noch weitere Punkte, wo sich virtuelle und reale Welt vermischen. Alles was Menschen in diesen *synthetic worlds* machen, hat wie erwähnt in irgendeiner Weise einen Einfluss auf die Außenwelt.<sup>161</sup>

Die „Produktion von Kultur“ erscheint innerhalb der spezifischen, ökonomischen Struktur des globalisierten Medienmarktes. Profite in einer globalen Wirtschaft hängen vermehrt von der Bereitschaft der KonsumentInnen ab, am andauernden Erweitern der Kultur teilzunehmen, zum Beispiel indem sie die nächste Generation an PCs kaufen. Das Computerspiel erzeugt gleichzeitig die Nachfrage für technische Konsumgüter und kreiert symbolische Welten. Dank des Vorantreibens der Produktion von kulturellem Kapital, das signifikant für das Konsumsystem verantwortlich ist, verschiebt sich die Spielekultur von einer Subkultur zu einer zentralen Kultur.<sup>162</sup>

Trotz der Möglichkeiten, die von der neuen digitalen Umwelt geboten werden, hängen Computerspiele von Einrichtungen ab, die digitale Mittel in Bezug auf das Zugreifen, Ändern und Verbreiten von symbolischen Texten für weitere Konsumation anbieten müssen. Diese gewähren den KonsumentInnen als

---

<sup>160</sup> vgl. Kapitel 4.3

<sup>161</sup> vgl. Castronova 2005, S. 121ff

<sup>162</sup> vgl. Dovey/Kennedy 2006, S. 63f

ProduzentInnen, sogenannte „prosumer“, symbolischen Reichtum in Form von Anerkennung wie auch Status und führen ebenfalls in diversen kritischen Fällen zu ökonomischer Macht sowie Status innerhalb der kapitalistischen Wirtschaft. Nichtsdestotrotz ist es wichtig, die höchst geschlechtsspezifische Natur der Communities, die um die „prosumer“ Praktiken geformt werden, nicht zu übersehen. Weibliche Spieler wurden und werden oftmals nach wie vor symbolisch oder aktiv ausgeschlossen. Jedoch ist Gender nicht der einzige Zugang zur Macht, der die Zugänglichkeit zu den benötigten Skills (Spielfertigkeiten) und Techniken bestimmt, die es garantieren einen Status innerhalb dieser Communities zu erlangen. Ethnizität und Klasse spielen ebenfalls eine Rolle, wer mit den tollen neuen digitalen „Spielzeugen“ spielen kann beziehungsweise darf. Wie in einigen anderen Kulturkreisen sind diese Machtverhältnisse nicht enorm und somit Prozessen der Kritik, Subversion und Widerstand ausgesetzt.<sup>163</sup>

---

<sup>163</sup> vgl. Dovey/Kennedy 2006, S. 15

## 5 Identitätsbildung in Computerspielen

Im Rahmen dieses Kapitels soll auf die Identitäts- und Identifikationsbildung durch einen *Alter Ego* beziehungsweise *Avatar* eingegangen werden.

### 5.1 Avatar

Nach Wimmer (2013) bedeutet der Begriff

„Avatar oder auch das aus der alt-indischen Sprache Sanskrit stammende Wort ‚Avatara‘ bedeutet, dass sich ein göttliches Wesen in Form eines Menschen oder eines Tieres manifestiert und auf der Erde wandelt.“<sup>164</sup>

Castronova (2005) bezeichnet ihn als

„[...]the representation of your physical being in that other place.“<sup>165</sup>

Bezogen auf Computerspiele, kann der Avatar als die Personifizierung, oder *Alter Ego*, der Spielerin oder des Spielers angesehen werden, die/der auf diese Art im Spiel interagieren kann.<sup>166</sup> Kirkland (2009) meint, dass die Körper, die wir in Computerspielen manipulieren,

„[...]are not characters in a narrative; they are avatars in a game whose visual details soon become unimportant as players engage in the more pragmatic abstract processes of spatial navigation, weapons triangulation, and puzzle solution that the games demand.“<sup>167</sup>

Die Gestaltung eines Avatars ist in den verschiedenen Computerspielen natürlich sehr unterschiedlich. In Games sind Avatare jedoch nicht allein auf die visuellen Charakteristika des Computerspielinterfaces reduzierbar, welche die UserInnen für die Spielnavigation nutzen, sondern sind ebenfalls inhaltlich in die Spielverläufe eingebettet. Sie können der Spielnarration folgend über unterschiedliche Lebensläufe sowie Persönlichkeiten verfügen und bieten dadurch ein unterschiedliches Rollenangebot an, das die GamerInnen auf verschiedene Art und Weise annehmen und ausleben. Die Spielerin oder der Spieler hat durch den Avatar innerhalb der Spielwelt zahlreiche Möglichkeiten

---

<sup>164</sup> Wimmer 2013, S. 30

<sup>165</sup> Castronova 2005, S. 34

<sup>166</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 30; Klein 2007, S. 36

<sup>167</sup> Kirkland 2009, S. 168

sein Spielerlebnis individuell zu gestalten, zum Beispiel Missionen und Aufgaben erfüllen, oder sich dem Kampf gegen bössartige Kreaturen und Monster sowie gegen andere MitspielerInnen stellen. Auch hat er von handwerklicher Profession, Handel bis hin zur Kreation von Rollenspiel-Szenarien freie Hand. Durch ihre Avatare können Spielende darüber hinaus an sozialer Interaktion teilhaben und sich im virtuellen Raum auch wie Menschen verhalten.<sup>168</sup>

Speziell in MMORPGs spielt Avatardarstellung eine große Rolle, da Spielende diese direkt erwidern und dementsprechend ihren Spielstil anpassen. Spielerinnen beschwerten sich oft über die Hypersexualisierung von weiblichen Avataren, da sie dazu tendieren, entweder ein wenig ärgerliche oder geradezu beleidigende Bemerkungen von anderen SpielerInnen hervorzubringen. Zwar gibt es bei Rollenspielen die Möglichkeit mit der Identität zu experimentieren, jedoch zeigt Taylor (2003) in einer provokativen und wohlüberlegten Analyse auf, dass diese Onlineexperimente auch Offline-Konsequenzen mit sich tragen können.<sup>169</sup> Deshalb ist es nach Dovey und Kennedy (2006) wichtig “[...] to consider the ways in which these stereotypes reflect and reintroduce offline power imbalances within the play environment”<sup>170</sup>

## 5.2 Identitätskonstruktion in Computerspielen

Die Polarisierung des Geschlechtscharakters, in der männliche Eigenschaften weitgehend positiver als die weiblichen bewertet werden, wurde bereits im 18. Jahrhundert vorgenommen und ist auch größtenteils heute noch aktuell. Diese Zuordnung ist an das biologische Geschlecht „sex“ beziehungsweise an primäre oder sekundäre Geschlechtssteile gebunden und beeinflusst den Menschen im Hinblick auf das kulturell erzeugte Bild von Geschlecht „gender“. Durch unser Handeln als Mann oder Frau („doing gender“) tragen wir immer wieder zur Bestätigung und Erhaltung der polaren Zweigeschlechtlichkeit bei, welche von uns als gegeben angesehen wird. Von Geburt an werden Kinder aufgrund der Geschlechtsmerkmale einem der zwei Geschlechter zugeordnet. Der Aufbau der Geschlechtsidentität erfolgt schließlich durch Interaktion mit der Umwelt,

---

<sup>168</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 30

<sup>169</sup> vgl. Taylor 2003, 25ff

<sup>170</sup> Dovey/Kennedy 2006, S. 93

wohingegen in den ersten Jahren besonders Eltern und die kulturellen Vorstellungen des Milieus eine große Rolle spielen. Kinder lernen durch das Orientieren an gleichgeschlechtlichen Personen die erwünschten geschlechtsspezifischen Verhaltenserwartungen und -muster, welche beispielsweise von Eltern, LehrerInnen oder FreundInnen bestätigt oder gefestigt werden. Heutzutage tragen zusätzlich Medien massiv zur Bildung der geschlechtsspezifischen Identität bei, indem sie Mädchen und Buben Geschlechterbilder vermitteln, mit denen sie sich identifizieren können. Durch die meist traditionelle Darstellung von Rollenbildern und gängigen Klischees können sie diese Vorstellungen von Frau und Mann verbreiten und festigen oder aber mit alternativen Abbildungen von Weiblichkeit und Männlichkeit diese stereotypen Bilder aufbrechen.<sup>171</sup>

Einige feministische Diskussionen fokussieren aufgrund der These von Konstruktionen des Geschlechts vermehrt die konstruktiven Eigendynamiken medialer Begebenheiten und betonen die Prozessualität kultureller Bedeutungskonstruktionen. Es wird deutlich, dass Medien Menschen die Chance eröffnen, je nach Kontext und Kommunikationssituation unterschiedliche soziale Identitäten darzustellen. Im Umkreis von Cultural Studies zeigen Forschungen, dass die Aufteilung von Genderpositionen in Medienprozessen immer neu abgestimmt wird. Besonders deutlich wird dies an Beobachtungen der Geschlechterkonstruktionen in virtuellen medialen Umgebungen. Beispielsweise Rollenspiele bieten den UserInnen die Gelegenheit, in verschiedene Rollen zu schlüpfen und ihre Geschlechtsidentitäten zu wechseln – trifft jemand beispielsweise online auf eine heiße Blondine, die sich auffällig erotisch präsentiert, liegt der Verdacht nahe, dass sich ein männlicher User gerade im *gender swapping* versucht.<sup>172</sup>

Gee (2003) ist ein anerkannter Spieleforscher und spricht in seinem Buch über die Identitätskonstruktion als ein Prozess, in der ein Spielecharakter jene Identität annimmt, die die Spielerin oder der Spieler haben möchte. Spielende projizieren dabei ihre eigenen Werte in einen Charakter – „projizierte Identität“. Dies umfasst die Fusion einer „virtuellen Identität“ (die Identität eines virtuellen Charakters in

---

<sup>171</sup> vgl. Grapenthin 2007, S. 63f

<sup>172</sup> vgl. Moser 2003, S. 243

einer virtuellen Welt) und der „realen Identität“ (die eigene Identität der Spielenden).<sup>173</sup> Auch wenn diese These ansprechend erscheint, die Kontrolle, wie ein Charakter agiert, bedeutet nicht automatisch, dass Spielende auch ihre Art zu denken, Gefühle und Wissen ebenfalls in einen Avatar übertragen. Für deinen Charakter zu handeln bedeutet nicht zwangsläufig für deinen Charakter zu denken. Die Untersuchungen der letzten Jahre kamen zu der Erkenntnis, dass die Art, wie Spielende in einer interaktiven Umgebung *durch* einen Charakter agieren können, ausschlaggebender ist, als jene repräsentativen Qualitäten eines Charakters. Dies ist völlig davon zu unterscheiden, wie wir nicht-interaktive Medien bewerten.<sup>174</sup>

„Das Phänomen der Identifikation umschreibt aus dieser Perspektive den Prozess des sich Hineinversetzens in das Spielgeschehen beziehungsweise der Übernahme der Perspektive der Spielfigur (Avatar).“<sup>175</sup>

Ein erstes Indiz für diese Art von Transfer wäre zum Beispiel eine gängige und nicht immer ernstzunehmende Aussage wie „Oh nein! Ich werde angegriffen“, wobei die Gamerin oder der Gamer nicht von seiner Spielfigur per se, sondern von sich selbst spricht.<sup>176</sup> Diese Identitäts- und Ortstransformation ist nicht ungewöhnlich. Seit textbasierte Chatrooms in den 70er und 80er Jahren auftraten, schilderten viele Schriftsteller wie Virtualität funktioniert, wie sie Identität und Präsenz beeinflusst und wie wichtig Onlineerfahrung für diejenigen sein kann, die dem nachgehen.<sup>177</sup>

### **5.3 Identifikationsbildung mit Hilfe von Skins**

Der Begriff „Skin“ bedeutet Haut und wird als „zweite Haut“ oft im Bereich der Mode eingesetzt, speziell für sehr eng anliegende Kleidungsstücke bis hin zu Fetischbekleidung aus Materialien wie Gummi, Lack oder Leder, die sich wie eine zweite Haut um den Körper legen. In der Welt der Computerspiele bekommt der Ausdruck eine erweiterte Bedeutung, die auf die Möglichkeit der Gestaltung des Avatars verweist, mit der die GamerInnen nun unterschiedliche Identitäten

---

<sup>173</sup> vgl. Gee 2003, S. 66ff

<sup>174</sup> vgl. Daviault/Schott 2014, S. 445f

<sup>175</sup> Wimmer 2013, S. 56

<sup>176</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 56f

<sup>177</sup> vgl. Castronova 2005, S. 51



einnehmen können. Mit der Hilfe von Skins kann ein Look kreiert werden, der frei von allen körperlichen und materiellen Grenzen ist und so uneingeschränkt Projektionen eines virtuellen Selbst erlaubt: „Die GamerInnen tragen eine zweite Identität mittels ihres zweiten virtuellen Körpers.“<sup>178</sup> Die Skins von Spielerinnen stellen die volle Bandbreite möglicher Weiblichkeit und weiblicher Körpertransformationen dar, von sehr fraulichen Skins bis hin zu aggressiven oder übersexualisierten Figuren.<sup>179</sup>

Keiner der SpieleentwicklerInnen kann vorausplanen, welches Geschlecht sich mit welchem Geschlecht identifiziert, schon allein deshalb, weil Identifikationen permanent schwanken. Wird Weiblichkeit wie auch Männlichkeit als Maskerade<sup>180</sup> begriffen, dann ist einem bewusst, dass diese selbstgewählt ist. Die 3D-Figuren, die Teil der Game-Engine sind, bekommen ein selbstbestimmtes Aussehen. Der „Barbie Fashion Designer“ wird quasi nativer Teil beliebter Spiele, wie WoW oder Age of Conan, allerdings auf einer subversiven Ebene. In Onlinespielen geht es bei den Skins nicht darum, spielerisch vorgefertigte kulturelle Geschlechtsmuster anzunehmen, sondern sich eine Haut etwa nach idiosynkratischen, phantasmatischen oder strategischen Erwägungen überstreifen zu können, ohne am biologischen Geschlecht verglichen zu werden. Die GamerInnen schaffen sich mit den Skins eine zweite Identität, mit der sie neben der Onlinepräsenz, auch ihre Subjektivität im intersubjektiven Raum der Online Games markieren und repräsentieren. Im Prinzip geht es um grenzlose Identitätskonstruktionen, die auf verschiedenen Realitätsebenen nebeneinander gelten. Skins bieten den UserInnen die Chance zur kreativen Entfaltung von Identitätsteilen.<sup>181</sup>

---

<sup>178</sup> Richard 2004, S. 80

<sup>179</sup> vgl. Richard 2004, S. 79f

<sup>180</sup> siehe Kapitel 3.1.3

<sup>181</sup> vgl. Richard 2004, S. 77ff



## **6 Frauen und Computerspiele**

Dieses Kapitel soll darauf eingehen, wie die Repräsentation von weiblichen Geschlechterrollen in Computerspielen aussieht, welchen Einfluss Gender auf die Computerspielindustrie hat und wie sich weibliche Spieler in die Fan-Community etablieren wie auch mit welchen Problemen sie dort teilweise zu kämpfen haben.

### **6.1 Geschlechterrollen in Computerspielen - Weibliche Repräsentation in Computerspielen**

In den 1990er Jahren boten viele Computerspiele den Spielerinnen und Spielern nicht die Möglichkeit, sich in die dargestellte Person wirklich einzufühlen oder aber darüber nachzudenken, wie sie an deren Stelle agieren würden. Es ging lediglich darum, eine bestimmte Aufgabe zu lösen und war deshalb von der Anlage her nicht anders vorgesehen. Diese Computerspiele zeichneten sich durch ein hohes Handlungstempo und einer spärlichen Entfaltung der Hintergrundgeschichte aus, außer mittels Integration von Filmsequenzen.<sup>182</sup>

Heute gehören Computerspiele mittlerweile immer mehr zum Alltag von Buben und Mädchen und können durch ihre meist realistische Darstellung sowie Interaktion ein hohes Maß an Identifikation mit der steuerbaren Spielfigur bieten.<sup>183</sup> Mediale Geschlechterbilder haben, abgesehen von ihren entwicklungsbedingten Persönlichkeiten und ihrem sozialen Umfeld, einen großen Einfluss auf die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen, welcher in einem engen Verhältnis mit ihren alltäglichen Medienpräferenzen steht.<sup>184</sup> Computerspiele bieten Mädchen wie auch Buben eine Möglichkeit, sich mit den Geschlechterrollen in unserer Gesellschaft zu befassen. Sie passen sich diesen entweder an oder widersetzen sich, indem sie eigene Wunschvorstellungen von Weiblichkeit und Männlichkeit formulieren, die des anderen Geschlechts kennenlernen, die gegenseitigen Vorurteile wie auch Projektionen ansprechen

---

<sup>182</sup> vgl. Jungwirth 1996, S. 24

<sup>183</sup> vgl. Grapenthin 2007, S. 65

<sup>184</sup> vgl. Grapenthin 2007, S. 3

und schließlich abbauen. „Das Ziel ist dabei, daß(sic!) sie ihren eigenen Weg zu gehen lernen“. <sup>185</sup>

Laut Janna Beier (2013) missfällt der (post-) feministischen Kritik im Allgemeinen die charakterliche wie visuelle Repräsentation von Weiblichkeit als eindimensionales Objekt, das hauptsächlich über das Äußere definiert wird. Dass dies bezüglich weiblicher Figuren im digitalen Spiel von Anfang an bis vor kurzem auch in der Natur der Sache lag und somit auch für männliche zutrif, wurde und wird laut ihr oft übersehen. <sup>186</sup>

Laut Witting bevorzugen Mädchen und Frauen Spiele mit einer gewissen Handlungsfreiheit, anspruchsvolle Rätsel wie auch die Möglichkeit, kooperativ mit anderen zusammen zu spielen. Auch der Wunsch nach einem Anstieg weiblicher Spielcharaktere wird verständlicherweise immer deutlicher, da es nach wie vor noch mehr männliche Hauptfiguren gibt. <sup>187</sup> Mittlerweile beschäftigen sich zahlreiche Studien mit der Bedeutung und Repräsentation von männlichen sowie weiblichen Charakteren, wobei gesamt gesehen Spielerinnen als auch Spieler sich ein weniger klischeehaftes, differenziertes Angebot an Spielfiguren wünschen. Ganguin und Hoblitz (2014) schlagen daher vor, dass die Spieleindustrie die Vorstellungen von Frauen über ihre bevorzugten Typen von Spielfiguren mehr beachten sollte, indem sie vermehrt Spieleentwicklerinnen in den Entwicklungsprozess von neuen Spielen mit einbeziehen. <sup>188</sup>

### **6.1.1 Repräsentation in Computerspielen**

Es gibt zwei Bedeutungen für den Begriff „Repräsentation“ und beide verknüpfen sich mit der Assoziation von „Bildlichkeit“: Zum einen in Form einer Darstellung und zum anderen in Form einer Vorstellung im Sinne mentaler Projektion. Jedoch auch im politischen Sinne ist dieser bedeutend, also als Vertretung im intersubjektiven Raum. Wenn nun versucht wird diese Bedeutungen zu verbinden, ergibt sich für die selbstgewählten Repräsentationsbilder von weiblichen Computerspielern ebenso eine entsprechende Interpretation. Die

---

<sup>185</sup> Jungwirth 1996, S. 46

<sup>186</sup> vgl. Beier/Schreiber 2013, S. 342

<sup>187</sup> vgl. Witting 2010 zit. nach Ganguin/Hoblitz 2014, S. 4

<sup>188</sup> vgl. Ganguin/Hoblitz 2014, S. 4

entworfenen Bilder und konkretisierten Skins<sup>189</sup> dienen in diesem Zusammenhang nicht allein dem bildlichen, sondern auch der politischen Vertretung. Sie schaffen sich dadurch eine zweite Identität, mit der sie nicht nur online handeln, sondern gleichzeitig ihre Subjektivität im intersubjektiven Raum der Onlinespiele markieren und repräsentieren. Das Aussehen der virtuellen Heldin, sei es Haare, Kleidung oder Haut, kann jederzeit wieder abgeändert werden mit Hilfe von selbstangefertigten Skins, wenn die/der SpielerIn das Bedürfnis dazu hätte und dadurch werden neue Assoziationen sowie Projektionen zu den virtuellen Ikonen möglich.<sup>190</sup>

Der Repräsentationsstatus verschiebt sich in Computerspielen. Bilder funktionieren als Schnittstelle zur Simulationsstruktur und sind stets dynamisch. Ihre repräsentative Triebkraft verbreitet sich durch ihre Funktionalität und kann sich auf die intertextuelle Position reduzieren. Dennoch existiert das Spiel nicht außerhalb der Gesellschaft, jedoch in einem spezifischen Raum der Popkultur, wo Repräsentation nach wie vor an Macht- und Reichtumsregime geknüpft ist.<sup>191</sup>

Richard (2004) spricht in ihrem Buch von Patches, die aus einem Bedürfnis nach anderen Bildern und Repräsentationen entstehen, die noch nicht angeboten werden. Sie müssen bezüglich Repräsentation von Weiblichkeit nicht zwingend mit kulturell tradierten Stereotypen brechen. Skins und Patches bergen allerdings ein entsprechendes Potential der Infiltration, das einerseits dazu beitragen kann, die Bildung von neuen Spielekonfigurationen, Figuren und das des Spielens an sich zu fördern und die Schnittstelle Geschlecht, als Technologie des Geschlechts, die sich geschlechtlich verschlüsselter Technologien gezielt bedient, als solche ebenfalls neu zu konfigurieren.<sup>192</sup>

### **6.1.2 Die Darstellung virtueller Weiblichkeitsmodelle in Computerspielen**

Der Anteil an Heldinnen in Computerspielen nimmt mittlerweile stetig zu. Seit zu Beginn der 1980er Jahre die ersten Frauenfiguren auftauchten, zeichnen sich laut Zaremba (2007) im großen Ganzen drei Konstrukte digitaler Frauenfiguren

---

<sup>189</sup> siehe Kapitel 5.2

<sup>190</sup> vgl. Richard 2004, S. 70

<sup>191</sup> Dovey/Kennedy 2006, S. 101

<sup>192</sup> vgl. Richard 2004, S. 78

ab, die durchaus ineinander übergehen können: harmlose Phantasiewesen, hypersexualisierte Kämpferinnen und die „authentisch“-gebrochenen Frauenfiguren. Die harmlosen Phantasiewesen mit literarischen Vorbildern aus Märchen oder Romanen, sind meist in Fantasy- und Rollenspielen anzutreffen. Ihren Anfang haben sie in den frühen Jahren der Computerspiele, in der die Computerspielindustrie beinahe ausschließlich auf männliche Jugendliche abzielte, weshalb weibliche Figuren eine untergeordnete sowie hilflose und opferbereite Randrolle einnahmen. Aufgrund der stärkeren Ausdifferenzierung von Spielgenres wird ab Mitte der 1990er Jahre auch das Interesse von Mädchen geweckt, woraufhin die Spieleindustrie immer mehr Heldinnen anbietet. Zum Großteil handelt es sich hierbei um mutige, hypersexualisierte, leicht bekleidete Kämpferinnen mit illusorischen Körperproportionen, die ihre Aggressivität durch ein umfangreiches Waffenarsenal betonen, welches den Fetischcharakter der Kämpferinnen unterstreichen. Zwar wird ihr männlicher Gegenpart ebenso übertrieben stereotypisch dargestellt, jedoch ist nur der weibliche Körper mit seiner konzipierten Mischung aus Gefahr und erotischer Verlockung auf einen unübersehbaren Voyeurismus hin angelegt. Zu guter Letzt entwickelten sich einerseits aufgrund des zunehmenden Überdrusses von weiblichen Spielern bezüglich der Übersexualisierung von Heldinnen und andererseits wegen des wachsenden Marktanteils von Frauen zwischen 35 und 49 die „authentisch“-gebrochenen Mädchen- und Frauenfiguren. Diese zeichnen sich vor allem durch ihren Charakter, ihr Verhalten sowie Aussehen aus und sollen von den Spielerinnen insoweit realistisch empfunden werden, sodass sie ein verfeinertes Identifikationspotenzial bieten.<sup>193</sup>

Männerkörper in digitalen Spielen sind eindeutig in der Überzahl im Vergleich zu ihrem Gegenpart. Dennoch geraten die in der Unterzahl befindlichen Frauenkörper ins Kreuzfeuer von übereifrigen Feministinnen oder umfassenden Studien zur übertriebenen Sexualisierung von weiblichen Charakteren, meint Simone Schreiber (2013).<sup>194</sup> So auch in der Untersuchung von Grapenthin (2007), in denen die Figuren nicht immer gleichberechtigt dargestellt werden. Die Geschlechterverteilung ist in den meisten Fällen nicht gegeben und zeigt deutlich

---

<sup>193</sup> vgl. Zaremba 2007, S. 67ff

<sup>194</sup> vgl. Beier/Schreiber 2013, S. 344

eine Benachteiligung der Frauenfiguren. Auch gibt es vorwiegend männliche Gegner und Endgegner und unterscheiden sich maßgeblich von den weiblichen, was das unausgewogene Verhältnis der Geschlechter noch weiter verstärkt. Frauenfiguren sind für gewöhnlich jünger als Männer und wesentlich attraktiver bezüglich ihres Aussehens.<sup>195</sup> Männer werden als selbstlos und uneigennützig handelnde Hauptfigur dargestellt, die meist über Nahkampfwaffen und wesentlich mehr besondere Fähigkeiten verfügt, im Gegensatz zu Frauen, die bestimmte Motive verfolgen wie zum Beispiel Rache und diese mit ihren Distanzwaffen verfolgen. Außerdem müssen sie weniger gerettet werden und helfen anderen Personen öfter.<sup>196</sup> Die „Hypermaskulinität“ bei den männlichen Charakteren wird durch ihr vorwiegend gutes und starkes Aussehen geprägt.<sup>197</sup> Sie werden meist mit einem riesigen, muskulösen Brustkorb dargestellt und treten in die Rolle des starken Beschützers, was das Bild der hilflosen, schwachen Frau bestärkt.<sup>198</sup> Frauen werden meist „hyperfeminin“ dargestellt und gelten nach wie vor noch als „Blickfang“. Sie entsprechen dem klassischen Schönheitsideal - schlank beziehungsweise athletisch, jung, hübsch und einige von ihnen haben zusätzlich lange Beine, eine überdimensionale Oberweite, eine Wespentaille und eng anliegende, aufreizende und spärliche Kleidung.<sup>199</sup> Richard (2004) beschreibt sie zum Teil auch als „vollbusige Hyperfrauen“.<sup>200</sup> Des Weiteren werden weibliche Charaktere oft auch als eine Art Kindfrau gemäß dem Kindchenschema dargestellt: zierliche, kleine, fast mädchenhafte Figur mit eher kleinen Brüsten, kleine Stupsnase, große Augen sowie Kopf im Vergleich zum restlichen Körper.<sup>201</sup>

Viele negative Rezensionen in Bezug auf die Darstellung von Frauen brachte beispielsweise das Spiel *Biing* aus dem Jahre 1995. Krankenschwestern, die wie Sexpuppen aussehen, werden nach Oberweite bezahlt und müssen bei Unzufriedenheit der Patienten als Stripperinnen auftreten um die Laune und den

---

<sup>195</sup> vgl. Grapenthin 2007, S. 69ff

<sup>196</sup> vgl. Grapenthin 2007, S. 78ff

<sup>197</sup> vgl. Grapenthin 2007, S. 95

<sup>198</sup> vgl. Grapenthin 2007, S. 29

<sup>199</sup> vgl. Grapenthin 2007, S. 36

<sup>200</sup> vgl. Richard 2004, S. 111

<sup>201</sup> vgl. Grapenthin 2007, S. 28f und S. 72ff

Ruf des Krankenhauses zu steigern.<sup>202</sup> Auch das weniger anzügliche Spiel *Mad TV*, in dem die männliche Hauptfigur mittels teurer Geschenke und dem erfolgreichen Managen des Senders eine Ehefrau für sich gewinnen muss, blieb nicht frei von Kritik.<sup>203</sup> Ein weiteres Beispiel ist das Spiel *The Witcher* von Atari. In diesem Spiel können Spielende *Romance Cards* (oder auch *sexcards* genannt) sammeln, indem sie den Hauptcharakter Geralt mit weiblichen Charakteren (oder NPC) in dem Spiel schlafen lassen.<sup>204</sup>

In den meisten MMORPGs unterscheiden sich männliche und weibliche Avatare lediglich durch ihr Aussehen und sind von den Fähigkeiten her gleichwertig. Andererseits werden weibliche Charaktere als sexuellere Wesen dargestellt als männliche, mit Kostümen, die die stereotypischen Merkmale weiblicher Erotik hochspielen. Ähnlich werden Avatare, die als „weise“ gelten, als weniger robust wahrgenommen, wohingegen kämpferische und mutige Typen typischerweise als unsensibel gelten. Die DesignerInnen sagen damit etwas – etwas ziemlich Offensichtliches im Falle des männlich-weiblich-Unterschieds – ohne jegliche Wörter zu benutzen.<sup>205</sup>

### **6.1.3 Weibliche Rollenbilder in Computerspielen**

Seit *Donkey Kong* seine Fässer durch die Gegend schleuderte im Jahre 1981, hatten Prinzessinnen in Computerspielen nur eine Aufgabe: gerettet zu werden. Die Dame fand ihren Retter und der Retter gewann einen Preis. Frauen wurden als Maiden in Not präsentiert und wurden überwiegend in dieser Rolle gefangen. Drei Jahrzehnte später hatte sich wenig verändert. Weibliche Protagonisten waren nahezu nicht existent oder wurden als sexuelles Objekt der Begierde oder als eine weibliche Version eines männlichen Protagonisten porträtiert. Gefangen in dieser Rolle war es nicht überraschend, dass Frauen und Spiele für lange Zeit eine gestörte Beziehung zueinander hatten, angefangen von „Wer ist für die

---

<sup>202</sup> vgl. Jungwirth 1996, S. 27f

<sup>203</sup> vgl. Jungwirth 1996, S. 28

<sup>204</sup> siehe [http://witcher.wikia.com/wiki/Romance\\_card](http://witcher.wikia.com/wiki/Romance_card) (aufgerufen am 15. Juni 2015)

<sup>205</sup> vgl. Castronova 2005, S. 117



Kreation des Spiels verantwortlich?“, „Wer spielt diese Spiele?“ bis hin zu „Wer redet über sie?“.<sup>206</sup>

Weibliche Spielfiguren werden oft auf ihr Aussehen und ihren Körper reduziert, was sie zu einem reinen Sexualobjekt degradiert. Neben den sexistischen und diskriminierenden Frauenbildern gibt es ein paar wenige Hauptrollen, in denen Frauen als aktiv, selbstständig und selbstbewusst dargestellt werden.<sup>207</sup> Grapethin (2007) bezieht sich in ihrem Buch auf Gecius, der zeigt, dass weibliche Figuren in Computerspielen zu kurz kommen, besonders wenn es nur einen steuerbaren Charakter gibt. Sie werden meist als Prinzessinnen, alte weise Frauen in Fantasy-Spielen, als hilflose Objekte oder als fetischistisches Subjekt männlicher Begierde in First Person Shootern dargestellt. In ihrer nicht-steuerbaren Nebenrolle wird ihr Handeln häufig als unfähig dargestellt und sie geraten ständig in gefährliche Situationen, aus denen sie sich scheinbar nicht selber befreien können und auf männliche Hilfe angewiesen sind. Oft kommt es vor, dass sie von einem bösen Widersacher entführt werden und sich dann von einem männliche Helden retten lassen müssen. Solche Rollenbilder heben die Passivität der Frauen und Aktivität der Männer hervor und ähneln somit oft den Genderrollen in Kinderbüchern.<sup>208</sup>

Frauenfiguren traten, wie erwähnt, besonders in den 1990er Jahren eher in Nebenrollen und nicht als Leitfiguren auf. Wenn es doch einen weiblichen Hauptcharakter gab, stellte Jungwirth (1996) folgende Behauptung auf:

„Wenn ein männlicher Spieler eine weibliche Figur steuert, könnte dies von ihm als Realisierung eines Machtverhältnisses zwischen den Geschlechtern erlebt werden, das ihm in einem gewissen Maß bekannt ist; mitunter vielleicht sogar als eines, das gewünscht wird.“<sup>209</sup>

Am Beispiel Tomb Raider stellt sich als ein wesentlicher Reiz der Identifikationsfigur Lara Croft für männliche Spieler die Möglichkeit des Gender-Switchings dar. Ein gewisses Maß an Identifikation findet statt und es besteht

---

<sup>206</sup> vgl. Layne/Blackmon 2013, <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-layne-blackmon/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>207</sup> vgl. Grapenthin 2007, S. 32

<sup>208</sup> vgl. Bryce/Rutter 2002, S. 246; Gecius 1997 zit. nach Grapenthin 2007, S. 28

<sup>209</sup> Jungwirth 1996, S. 26

eine Motivation darin, dass der Spieler die Heldin des Spiels im Sinne eines heterosexuellen Begehrens kontrollieren möchte.<sup>210</sup>

In Bezug auf die Nebenrolle treten Männer oft als Mitarbeiter oder Geschäftspartner auf und Frauen befinden sich, wie bereits erwähnt, in der gerettet- oder erobert-werden-Rolle. Gecius und Fromme zählen vier typisch weibliche Hauptfiguren auf: Die „clevere Frau“ ist intelligent, selbstständig und aktiv. Die kaum von den männlichen Kollegen zu unterscheidende (bis auf ihr Aussehen) „martialische Kämpferin“ trägt eine Art Schutzpanzer, ist meistens stark bewaffnet, geht keiner kriegerischen Auseinandersetzung aus dem Weg. Das burschikose „freche Mädchen“ ist vorwitzig, setzt häufig zur Abwehr Magie ein und kommt durch ihre Eigenständigkeit ganz gut ohne männliche Hilfe aus. Auch die „moderne Prinzessin“ braucht keine männliche Unterstützung, hat ein starkes Selbstbewusstsein, ist starrköpfig, handelt ebenfalls eigenständig und hat ihren eigenen Willen. Bei den Nebenrollen lassen sich ebenfalls vier Versionen unterscheiden: Die wie ein verwöhntes Mädchen wirkende „schöne Prinzessin“ bringt sich immer in Gefahr und wirkt auch sonst eher passiv und hilflos. Die fraulich wirkende, attraktive und aufreizend gekleidete „weiblich Reizende“ ist sehr männerfixiert und winkt in den meisten Spielen den männlichen Spielern als eine Art Belohnung für ihr bestandenes Abenteuer zu. Frauen, die meist sexhungrig sowie leicht bekleidet sind, eine erotische Ausstrahlung haben und von den Männern im Spiel erobert werden, bezeichnen Fromme und Gecius als „Sexmonster“ und dienen dem Helden mit ihren „weiblichen Reizen“ ebenfalls als Belohnung (zum Beispiel beim Spiel *Biing!*). „Mütterliche“, die sich um Haus, Kinder und Familienprobleme kümmern, kommen eher selten vor.<sup>211</sup>

Die untersuchten Spiele von Grapenthin (2007) zeichnen sich durch ein diskriminierendes Bild der Frau sowie eine idealisierte Darstellung des Mannes aus und zeigen teilweise nach wie vor noch ein veraltetes Bildnis der Geschlechterrollen. Für sie stellt die mediale Geschlechterdarstellung ein Problem dar in Bezug auf Heranwachsende, da beispielsweise das vermittelte weibliche Schönheitsideal im medialen Kontext bei pubertierenden Mädchen zu Essstörungen führen kann. Des Weiteren wünscht sie sich mehr weibliche Haupt-

---

<sup>210</sup> vgl. Richard 2004, S. 77

<sup>211</sup> vgl. Gecius 1997 zit. nach Grapenthin 2007, S. 30ff

und Nebenrollen mit qualitativ gleichwertigen Fähigkeiten und eine höhere Anzahl sowie größere Gestaltbarkeit der Spielfiguren.<sup>212</sup> Auch McRobbie's (2010) Kritik an die hypersexualisierte Repräsentation von Frauen in der Schönheits- und Modeindustrie kann ebenfalls auf Computerspiele übertragen werden. Neben dem Mangel an asiatischen oder schwarzen Frauen, können diese Bilder Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper erzeugen, woraus Komplexe bei jungen Frauen entstehen können.<sup>213</sup>

„[...]uncovering more about how this layered relationship exists between the player and the game [...] can expose gaps that can be filled by the scholarship of feminist new media theorists and cultural critics in order to create change that encourages game developers to recognize women as an audience for their games and to subsequently create better female characters in the games themselves.“<sup>214</sup>

#### **6.1.4 Weiblichkeitsinszenierung in Computerspielen am Beispiel Tomb Raider**

Auch diejenigen, die Computerspielen normalerweise aus dem Weg gehen, kommen an der Figur von Lara Croft aus dem Spiel *Tomb Raider* nicht vorbei. Ihr Bekanntheitsgrad etablierte sich auch außerhalb des Computerspiels, sei es durch die Hauptrolle im Musikclip „Männer sind Schweine“ von der deutschen Punkgruppe *Die Ärzte* oder durch ihre Präsenz in TV-Werbungen, Schaufenstern oder Magazinen. Ihr sexualisierter Kultstatus erreichte sogar den Playboy, der 1999 eine Sondernummer exklusiv mit der virtuellen Traumfrau veröffentlichte.<sup>215</sup>

Diese idealen, virtuellen Kunstfiguren verkörpern das Abenteuer, die Schönheit und den Erfolg und tragen nicht die Bürde des „Alt-Werdens“ mit sich. Die „Ewig-Junggebliebenen“ kommen ebenfalls in abgewandelter Form in Comics, TV-Serien oder Filmen vor, wie beispielsweise die erotische Filmheldin *Wonder Women* oder *Ellen Ripley* aus der Horror-Science-Fiction-Filmreihe *Alien*. Im Gegensatz zu Comic- und Computerspielfiguren, die phantasmatisch sowie meist

---

<sup>212</sup> vgl. Grapenthin 2007, S. 95ff

<sup>213</sup> vgl. McRobbie 2010, S. 94ff

<sup>214</sup> Layne/Blackmon 2013, <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-layne-blackmon/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>215</sup> vgl. Zaremba 2004, S. 68f

körperlich übersexualisiert werden und mutig wie auch durchtrainiert gleich wie ihr männliches Pendant die Welt nach Gefahren absuchen – phallische Frauen -, sind die Weiblichkeitsinszenierungen aus Film und TV an reale Frauenkörper gebunden.<sup>216</sup>

„Doch diese Übersexualisierung und Fetischisierung der Comic- und Computerspielheldinnen sorgt dafür, dass sie zwar innerhalb des Spielekontextes kraftvoll und mächtig sind, aber gleichzeitig ihr Schrecken wieder in einen begehrlischen Objektstatus zurückgeführt wird. Ihre „maskuline“ Tatkraft und Allmacht verliert die sexuell aggressive Komponente, denn die fiktiven Heldinnen sollen – im Sinn der Spielehersteller – keinen bedrohlichen Terror für Männer darstellen, sondern mutige, und doch harmlose Traumfrauen, deren Reize ungestraft betrachtet werden können.“<sup>217</sup>

Nach dem Voranschreiten der Computertechnologie Mitte der 1990er Jahre entwickelte sich ein regelrechter Boom virtueller Idole. Vor allem Lara Croft erreichte mit ihrer authentischen Biografie, welche die menschlichen Fähigkeiten und Vorlieben wiedergibt, einen hohen Marktwert und bot den Fans später eine Art Identifikationsmöglichkeit und Nähe. Andererseits lag ihre Einzigartigkeit darin einen Distanzierungsmechanismus auszulösen. Heldinnen wie sie oder auch Xena und Cate Archer stellen unabhängige Frauen dar, die nicht in die üblichen partnerschaftlichen oder familiären Beziehungen eingebunden sind und keinen festen Standort besitzen, an den sie immer wieder zurückkehren.<sup>218</sup>

Die Spieleindustrie nützt die „Body Doubles“ und „Look Alike“ beziehungsweise Cosplay<sup>219</sup>-Events dafür, virtuelle Figuren näher an reale Frauen heranzuführen. Die Spieleindustrie kürt zum Beispiel jedes Jahr ein offizielles Body Double von Lara Croft, meist ein professionelles Model, das auf Spiele- und Automessen als „reale“ Lara posiert sowie Interviews gibt. Angelina Jolie schaffte es schließlich 1999 als „Official Body Double“ für diese Kunstfigur gekürt zu werden und auf den Kinoleinwänden zu erscheinen. Hier lassen sich allerdings mediale Vor- und

---

<sup>216</sup> vgl. Zaremba 2004, S. 71f

<sup>217</sup> Zaremba 2004, S. 72

<sup>218</sup> vgl. Zaremba 2004, S. 69ff

<sup>219</sup> siehe Kapitel 6.3.2

Rückprojektionen auf unterschiedliche Realitäts- und Weiblichkeitsmodelle beobachten, denn

“[...]das virtuelle Modell Lara ist das Vorbild, das eine reale Verkörperung in Ähnlichkeits-Wettbewerben nach sich zieht und schließlich seine mediale Rückbindung im Film findet. Die potenzielle Rückkehr zu „fleischlichen“ weiblichen Repräsentationen ist ein Versprechen, das dezidiert durch die Computerspielindustrie transportiert wird, denn wegen ihrer synthetisch erzeugten Figuren ist sie mehr noch als der Film auf körperliche Rückbindungen angewiesen.“<sup>220</sup>

Die vollkommene künstliche Beschaffenheit der weiblichen Figur, die keine eindimensional-konsistente Persönlichkeit aufweist und sich damit für Projektionen aller Art anzubieten scheint, ermöglicht bei Lara Croft den marktgerechten Gebrauch ihres Images in Werbung und Clips. Die Cybergöttin signalisiert eine postmoderne Identität, die sich durch künstliche, fragmentierte, fließend experimentelle Komponenten auszeichnet. Laras hoher Grad an Artifizialität, ihre Multifunktionalität beziehungsweise Multimedialität und ihre Patchwork-Konstruktion im Bereich des Body Samplings zeigt eine Bandbreite möglicher Identitäten auf. Ebenso lassen sich moderne Auseinandersetzungen im Sinne einer essentiellen, stabilen und einheitlichen Identität finden: Laras Laufbahn lehnt sich auf Widerspruchslosigkeit, Konsequenz und dem Ausleben ihrer wahren Bestimmung an; ihre Verhaltensweisen wiederholen sich andauernd, sind vorhersehbar und ihre Übersexualisierung suggeriert eine wesentlich vorhandene Weiblichkeit. Hierbei funktioniert der repräsentierte Körper als Ort der Macht und verstärkt die Vorstellung der biologischen Differenz. Im Gegensatz dazu wird der eindeutig übersexualisierte Körper aller weiblichen Protagonisten zwangsläufig von einer Desorientierung aller NutzerInnen begleitet, aufgrund der Unerreichbarkeit eines computeranimierten Ideals. Birgit Richard (2004) betont in ihrem Buch, dass jener Körper, der Kraft, Selbstsicherheit und Schutz garantiert, in seiner leiblichen Überperfektionierung unerreichbar für jeden Nachahmungsversuch wird.<sup>221</sup>

---

<sup>220</sup> Zaremba 2004, S. 72

<sup>221</sup> vgl. Richard 2004, S. 67f

Trotz der positiven Entwicklung des Charakters und des damit einhergehender Booms, blieb dieser nicht ohne Kritik. Layne und Blackmon (2013) sprechen in ihrer Arbeit über „post-play narrative modding“ und sind daran interessiert, wie Frauen die Art, andere Spiele zu erleben, (modding) verändern, um die Spieleumwelt für Frauen aufzudecken und zu verbessern (feminist purposes). Sie definieren *post-play narrative modding* (PPNM) als:

„[...]any significant changes to the narrative or to a gamer’s perception of the narrative that happens post game development and without actually changing the code.“<sup>222</sup>

PPNM legt den Fokus auf das, was kurz nach der Veröffentlichung eines Spiels passiert. Typischerweise ist das die Zeit, in der es die meiste Aufmerksamkeit bekommt, da Spieler die Möglichkeiten haben mit diesem zu interagieren. Layne und Blackmon beziehen sich unter anderem auf *Tomb Raider*. Der Charakter Lara Croft wurde maßgeblich durch Filme, Fan-Fictions und andere Formen von Fan-Beteiligungen modifiziert. Niemand kann einen Controller in die Hand nehmen ohne von dieser Art Modifizierung beeinflusst zu werden. Für den 2013 erschienenen Teil „Crystal Dynamics“ wurde 2012 ein Trailer<sup>223</sup> veröffentlicht, der für zahlreiche Diskussionen sorgte. Er erzählte die Geschichte von Lara Croft, die nach einem Schiffbruch von sexuellen Angreifern und Plünderern gefangen genommen wurde und sich nun daraus befreien muss. Beim Debut des Spiels wurde erklärt, dass die SpielerInnen ihre Ehre verteidigen würden, was dazu beitragen soll, die Geschichte von Lara Croft als Überlebende in ihren Gedanken zu festigen.<sup>224</sup> Kellie Foxx-Gonzalez (2012), eine Autorin der Website *The Mary Sue*, kritisiert den Zustand, bei der die „Wahnsinns“-Heldin Lara Croft in ein totales Opfer verwandelt wurde:

„Personally, the worst part about this reboot is that it is taking a traditionally feminist character (who has been embraced as a empowering fantasy in spite of the canonical hypersexualization of her character), one of the most beloved ass-kicking female protagonists in gaming, and warping her and her story to cater to a

---

<sup>222</sup> Layne/Blackmon 2013, <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-layne-blackmon/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>223</sup> siehe <https://www.youtube.com/watch?v=dCYNmwT6I0Q> (aufgerufen am 18. August 2015)

<sup>224</sup> vgl. Layne/Blackmon 2013, <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-layne-blackmon/> (aufgerufen am 17. August 2015)

male-dominated gaming culture (and culture at large). Instead of offering women gamers a game in which we can relate to the protagonist, share her hopes and despairs, we're left with the promise of veritable torture porn. The promise of a new Tomb Raider held so much potential to add to a growing selection of awesome women protagonists, especially for women gamers.<sup>225</sup>

## 6.2 Gender in der Spieleindustrie

Die Zuständigkeits- und Arbeitsbereiche in unserer Gesellschaft sind vielfach geschlechtsspezifisch aufgeteilt und es gibt nach wie vor Geschlechtsrollenvorstellungen, die vermittelt und gelebt werden. Auf diese Art und Weise werden diese schließlich zu (scheinbar) gültigen Orientierungsmustern für das Geschlechterverhalten. Menschen erlernen im Laufe dieser „geschlechtsspezifischen Sozialisation“ eine Geschlechtsidentität und lernen in der Regel als männliche oder weibliche Personen zu handeln.<sup>226</sup>

Geschlechterungleichheit in Bezug auf Bezahlung, Dienstverhältnisse und andere arbeitsbezogene Möglichkeiten, Ressourcen und Belohnungen für die gleiche Arbeit, ist in allen Teilen der Welt zu finden. Auch wenn dies über die Jahre hinweg im Großen und Ganzen weniger geworden ist, gibt es dennoch in manchen Bereichen einen beachtlichen Unterschied zwischen Mann und Frau.<sup>227</sup>

„Sex segregation, which is the concentration of men and women in different kinds of work because of the division of labor in which the delegation of tasks is determined by workers' sex, is the causal mechanism that underlies differences in women's and men's employment and pay.“<sup>228</sup>

Diese Geschlechtertrennung resultiert aus den sozialen Ansichten über die „passende“ Arbeit für das „passende“ Geschlecht. ArbeitgeberInnen haben bewusste und unbewusste Vorstellungen über die Charakteristiken, die verschiedene Jobs voraussetzen und vor allem für welche Tätigkeiten Männer oder Frauen jeweils fähig sind. Diese Einstellungen beeinflussen wiederum die Arbeitsorganisation und Arbeiterproduktion. Obwohl die Geschlechterideologie,

---

<sup>225</sup> Kellie Foxx-Gonzalez 2012, <http://www.themarysue.com/lara-croft-misogyny/> (aufgerufen am 18. August 2015)

<sup>226</sup> vgl. Jungwirth 1996, S. 20

<sup>227</sup> vgl. Bielby 2014, S. 137

<sup>228</sup> Bielby 2014, S. 137

die der beruflichen Geschlechterungleichheit unterliegt, tief in der Gesellschaft verankert ist, kann sie sich über die Zeit hinweg innerhalb der Berufe, wie auch Industrien, verändern und landesweit variieren.<sup>229</sup>

Dies hat mehrere Gründe: Erstens, als Stelle, die für die Produktion der Repräsentation von Geschlecht verantwortlich ist, baut die Kreativindustrie auf kulturelle Identitäten auf, die kulturelle Annahmen über Gender verkörpern. Diese Gegebenheiten formen nicht nur das Aussehen des fertigen Produkts, sie sind auch in die Arbeitswelt der Kulturproduktionen selbst eingebettet, die die Produktionskultur dieser Industrie formen. Produktionskulturen beinhalten gemeinsame Vorstellungen unter den Arbeitenden über Geschlechterdarstellungen beim Job, welche sich wiederum auf den Arbeitsplatzzugang, Verdienst und die Möglichkeit einer Beförderung auswirken. Zweitens, die markanten Merkmale dieser organisatorischen Praktiken in Kulturindustrien halten die Geschlechterungleichheit aufrecht. Soziologen beobachteten, dass das Erteilen von Arbeitsanweisungen in einer willkürlichen und subjektiven Art und Weise, insbesondere wo Verantwortlichkeit für die Möglichkeit beruflicher Chancengleichheit abwesend ist, den Stereotypisierungen erlaubt, einen Einfluss auf die Personalentscheidung zu haben. In der Geschäftswelt passiert dies, wenn ManagerInnen uneingeschränkte Ermessensfreiheit haben bezüglich wen sie einstellen oder befördern, was ihnen erlaubt persönliche Urteile zu fällen, wer am besten für einen Job geeignet ist. In den meisten Fällen passt sich die „beste Einstellung“ dem Geschlecht, Rasse und Alter der Personen an, die bereits in diesem Gebiet arbeiten. In diesen Situationen können zwischenmenschliche Verbindungen oder Beziehungen entscheidend für den Zugang zu Beförderungen sein.<sup>230</sup>

Dieser Sektor liefert Güter und Dienstleistungen, die wir mit kulturellen, künstlerischen oder unterhaltenden Werte verbinden; Produkte bestehen aus symbolische Formen, die ausdrucksstarke Elemente konnotieren, suggerieren oder implizieren und die passend für die Kreation von sozialen Bedeutungen sein könnten.<sup>231</sup> Laut Kulturwirt Richard Caves, auf den sich Bielby (2014) bezieht,

---

<sup>229</sup> vlg. Bielby 2014, S. 137

<sup>230</sup> vlg. Bielby 2014, S. 143

<sup>231</sup> vlg. Bielby 2014, S. 138



besitzt die Kreativindustrie (inklusive Buch- und Magazinverlag, bildende Künste, Bühnenkünste, Fashion und Spiele) folgende wirtschaftliche Eigenschaften:

1. Nachfrage für ihre Produkte ist sehr unsicher, da sie von den Launen und Trends der Popkultur angetrieben werden;
2. ihre KreativarbeiterInnen investieren sehr viel in die Produktoriginalität, sind jedoch nicht dazu in der Lage ihre ästhetischen Entscheidungen a priori zu erklären, was wiederum ein Problem für das angemessene Ausgleichslevel darstellt;
3. Produktion erfordert für gewöhnlich kollaborative Teams von KreativarbeiterInnen, die vielfältige und spezielle Fähigkeiten sowie persönliche Geschmäcker besitzen und deshalb die Personalorganisation durch formale Verträge unzumutbar macht;
4. keine zwei Kreativprodukte sind gleich, was dazu führt, dass es eine unendliche Vielfalt an Produkten gibt, die sich der KonsumentInnen aussuchen kann;
5. da die Qualität der Kulturprodukte variiert, steigt die Ungewissheit bei Produktentscheidungen und -bewertungen von Creative Workers,
6. aufgrund der Ungewissheit über den Geschmack der KonsumentInnen, hängt die ökonomische Rentabilität des Kulturgutes von dessen zeitlicher Fertigstellung ab; und
7. die Kurz-/Langlebigkeit eines Kulturprodukts beeinflusst den Preis, die KonsumentInnen dafür ausgeben würden.<sup>232</sup>

Erstens, Kulturindustrien existieren in Umwelten mit Karrieresystemen und Netzwerken aus Arbeitsverhältnissen, die eine „Kultur der Produktion“ formen, die Gender inkludiert. Die Koordination der verschiedenen Fähigkeiten der IndustriearbeiterInnen (kreatives Personal wie SchauspielerInnen, MusikerInnen, Regisseure/innen, handwerkliche und technische ArbeiterInnen wie SoundingenieurIn, Kameramänner/-frauen und FilmproduzentInnen, Creative ManagerInnen wie FernsehproduzentInnen, AdministratorInnen, Vorstand und geringqualifizierte Hilfskräfte) erfordert ein geteiltes Verständnis für künstlerische Konventionen. Diese sind dadurch geprägt, wie das fertige Produkt mit kulturellen

---

<sup>232</sup> vlg. Richard Caves 2000 zit. nach Bielby 2014, S. 138

normativen Erwartungen, inklusive Gender, übereinstimmen soll. Der zweite Punkt bezieht sich auf die Beaufsichtigung der künstlerischen Schaffung, Kreation und Produktion, die schwer bürokratisch zu regulieren ist, da sie auf nicht greifbarem Knowhow beruht, wo die Qualität der Arbeit nicht eindeutig evaluiert werden kann in Bezug auf die technischen und messbaren Merkmale des fertigen Produkts. Stattdessen wird die Qualität der Arbeit und die künstlerische wie auch genderspezifische Kompetenz des/der Schaffenden, bezüglich der Akzeptanz und des Erfolgs des Werkes innerhalb des Marktes, nachträglich evaluiert. Diese Abmachung verkompliziert die Implementierung der rationalen, bürokratischen und organisatorischen Form und dessen Kontrolle über den kreativen Prozess und Arbeit seiner MitarbeiterInnen. Drittens, in der wettbewerbsorientierten Umwelt der Kulturindustrie sind Karrierewege höchst variabel und können von normativen Erwartungen über Geschlecht beeinflusst werden. Viertens, je nach Eigenschaft des Kulturproduktes wird entschieden, welche Art von Arbeitskräften eingesetzt werden. Dabei wird zwischen Alter, Gender und anderen demografischen Charakteristiken unterschieden. Fünftens, während viele künstlerische ArbeiterInnen meist für große Firmen arbeiten, ist ihr Arbeitsverhältnis dennoch ähnlich zu externen VertragspartnerInnen, die für ein Kurzzeitprojekt eingestellt worden sind. Aufgrund dessen ist die Grenze der Autoritätshierarchie, die für die Einstellung von MitarbeiterInnen und deren Bezahlung verantwortlich ist, oft verschwommen. Wegen dieser mehrfachen Autoritäten ist es deshalb nicht klar, wer für die Überwachung der Geschlechterungleichheit beziehungsweise für die Implementierung einer Richtlinie um dies zu minimieren, verantwortlich ist.<sup>233</sup>

Die Computerspielindustrie gilt als „long hours culture“<sup>234</sup> und obwohl lange Arbeitszeiten, sogenannte „Crunch Time“ für beide Geschlechter gleich gelten, stellen diese Arbeitsbedingungen besonders für Frauen die größte Herausforderung dar, sich in dieser Branche zu etablieren.<sup>235</sup> Prescott und Bogg (2011) fanden heraus, dass Frauen im Gegensatz zu Männern, die meist verheiratet waren und Kinder hatten, deshalb dazu tendierten, Single und

---

<sup>233</sup> vgl. Bielby 2014, S. 138f

<sup>234</sup> vgl. Prescott/Bogg 2011, <http://www.eludamos.org/index.php/eludamos/article/view/vol5no1-2/html2> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>235</sup> vgl. Ganguin/Hoblitz 2014, S. 12

kinderlos zu sein. Aufgrund dessen scheint das Augenmerk der Vereinbarkeit von Beruf und Familie immer noch einen großen Diskussionspunkt darzustellen und trotzdem scheinen die Geschlechter laut dieser Studie mit ihrer Work-Live-Balance zufrieden zu sein.<sup>236</sup> Der Grund hierfür könnte laut Wimmer und Sitnikova (2012) daran liegen, dass Arbeitende in dieser Branche eine große Identifikation mit den jeweiligen ArbeitgeberInnen aufweisen und eine tiefe Leidenschaft für digitale Spiele besitzen. Dies sind auch die Hauptgründe für Frauen, in diese Branche einzusteigen und zum Beispiel Crunch Times zu akzeptieren. Kritik gab es vor allem in Bezug auf Hauptcharaktere von Spielen, die meist bestimmten gängigen Geschlechterklischees unterliegen.<sup>237</sup>

Fullerton et al. (2008) erläutert mit Hilfe des „Henne-Ei-Prinzips“, dass

„[...]more women would be interested in games if more games existed that girls and women liked to play, and if work environments could be found that were more supportive of their values and work styles.“<sup>238</sup>

Ganguin und Hoblitz (2014) geben hier zu bedenken, dass prinzipiell alle strategischen Entscheidungen vom Management getroffen werden und dass ein höherer Anteil an Frauen in der Produktion nicht zwangsläufig mehr genderentsprechende Inhalte bedeutet.<sup>239</sup>

### **6.2.1 Die „andere“ Geschichte der Computerspielkultur**

Wir müssen die Ausschlüsse und „blinde Flecken“, die innerhalb dieser populären Geschichten und Biografien über Computerspiele und deren Kultur auftreten, kritisch behandeln. Es gab beispielsweise eine große Anzahl an „key females“, die bei der Produktion von Computerspielen eine wesentliche Rolle spielten. Roberta Williams<sup>240</sup> hatte gemeinsam mit ihrem Ehemann in den 1980er

---

<sup>236</sup> vgl. Prescott/Bogg 2011, <http://www.eludamos.org/index.php/eludamos/article/view/vol5no1-2/html2> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>237</sup> vgl. Wimmer/Sitnikova 2012, <http://www.eludamos.org/index.php/eludamos/article/view/vol6no1-11/6-1-11-html> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>238</sup> Fullerton et al. 2008, S. 138f

<sup>239</sup> vgl. Ganguin/Hoblitz 2014, S. 14

<sup>240</sup> siehe <http://www.sierragamers.com/roberta-williams> (aufgerufen am 8. Juni 2015)

Jahren eines der erfolgreichsten Adventure-Spiele designed, *Kings Quest* (Sierra Online) und führte in *Kings Quest IV* den ersten weiblichen Protagonisten ein.<sup>241</sup>

Ähnlich wie Roberta Williams wurden auch andere weibliche Designer oder Entwickler bezüglich ihrer Arbeit bei manchen Spielen ignoriert oder übersehen. *Centipede*<sup>242</sup> (Atari, 1981), eines der populärsten Computerspiele für weibliches und männliches Publikum, wurde von Dona Bailey und Ed Logg entwickelt, allerdings wurde ihre Beteiligung eher herabgesetzt und er bekam den „Titel“ als „wichtigster Mitarbeiter“. Carol Shaw entwickelte für Atari *Video Checkers* und *3D Tic Tac Toe* und wechselte später zu Activision, wo sie *River Raid* (Erscheinung 1982) konzipierte. Sie gilt als einer der weiblichen Pioniere in einer meist männlich dominierten Welt der Spieleprogrammierung. Diese Frauen werden selten in populären Texten erwähnt, die deshalb die Computerspielkultur und deren TeilnehmerInnen in ihrer maskulinen Symbolik „mythologisiert“. Diese Geschichten verdanken ihre Bekanntheit dem Eingriff weiblicher Spieler und Webseitenproduzenten, die sich von der dominanten Version der Computerspielgeschichte und -kultur durch die Kreation und Zirkulation von alternativen Bildern und Geschichten absplitteln.<sup>243</sup>

## 6.2.2 Frauen in der Spieleindustrie

Die Game-Industrie befindet sich im ständigen Wandel und trotz des ansteigenden Frauenanteils bilden sie nach wie vor die Minderheit.<sup>244</sup> Laut IGDA (The International Game Developers Association) hat sich die Anzahl an weiblichen Entwicklern von 2009 bis 2014 mit etwa 22% mehr als verdoppelt.<sup>245</sup>

„Die starke Präsenz starker und attraktiver berufstätiger Frauen in der kulturellen und medialen Landschaft und die Inkorporierung der beruflichen Identität als integraler Bestandteil der postfeministischen Maskerade werden zum Maßstab,

---

<sup>241</sup> vgl. Dovey/Hellen 2006, S. 82

<sup>242</sup> siehe <http://my.ign.com/atari/centipede> (aufgerufen am 8. Juni 2015)

<sup>243</sup> vgl. Dovey/Hellen 2006, S. 82

<sup>244</sup> vgl. Ganguin/Hoblitz 2014, S. 11

<sup>245</sup> vgl. <http://www.igda.org/news/179158/Press-Release-IGDA-Developer-Satisfaction-Survey-results-are-released.htm> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

an dem junge Frauen ihre eigene Leistungsfähigkeit in der Arbeitswelt messen sollen.“<sup>246</sup>

Als Kompromiss in der postfeministischen Maskerade kann die berufstätige Frau ihren Platz auf dem Arbeitsmarkt einnehmen und ihren Status genießen, solange sie dabei nicht zu weit geht, das heißt sie muss ersichtlich fragil bleiben und eine konventionelle Weiblichkeit an den Tag legen um weiterhin für Männer begehrenswert zu bleiben.<sup>247</sup>

Nach Prescott und Bogg (2013) gilt für die Informations- und Kommunikationstechnik, dass der ideale Arbeitnehmer meistens männlich und dementsprechend diese Branche auch männerdominiert ist. Ändern könnte sich dies laut ihnen

„[...]if women are no longer so underrepresented and women are not in the 'out-group', the industry may change to accommodate women and a more diverse workforce.“<sup>248</sup>

Mittlerweile gibt es einige internationale Programme und Initiativen, die sich für Frauen in der Gaming Branche einsetzen, wie beispielsweise „Women in Games International“ (WIGI), „Women in Games Jobs“(WIGJ) oder auch die Special Interest Group der IGDA „Women in Games“(WIGSIG). Diese sollen mit vielfältigen Informationen und Angeboten zur Stärkung der Situation von Frauen in dieser Branche dienen. Veranstaltungen wie „European Women in Games Conference“ und „Women in Games Conference“ wurden neben vielen anderen Netzwerktreffen geschaffen, um die Sichtbarkeit von Frauen in der Spieleindustrie zu erhöhen.<sup>249</sup> WIGI besteht aus weiblichen und männlichen Experten, die die Einbindung und Beförderungen von Frauen in der globalen Spielindustrie unterstützen wollen.<sup>250</sup> WIGJ ist eine „non for profit“-Organisation, die sich für die Rekrutierung, Beibehaltung und Unterstützung zur Steigerung von Frauen in der Spieleindustrie einsetzen. Sie promoten dabei aktiv weibliche Vorbilder, um Frauen Informationen und einen Ansporn zu geben, in dieser

---

<sup>246</sup> McRobbie 2010, S. 116

<sup>247</sup> vgl. McRobbie 2010, S. 117

<sup>248</sup> Prescott/Bogg 2013, <http://www.eludamos.org/index.php/eludamos/article/view/vol7no1-3/7-1-3-html> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>249</sup> vgl. Ganguin/Hoblitz 2014, S. 15

<sup>250</sup> vgl. <http://www.womeningamesinternational.org/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

Branche zu arbeiten.<sup>251</sup> WIGSIG arbeitet an Methoden Gendergleichgewicht in der Spieleindustrie zu unterstützen, zu bewerben und zu fördern. Ihre Mission ist es, unter anderem, Bewusstsein und Bildung am Arbeitsplatz und am Marktplatz zu bringen in Bezug auf Einfluss und Werte diverser Spielfachkräfte und SpielerInnen.<sup>252</sup>

Nach Prescott und Bogg (2011) gibt es keine Geschlechterdifferenzen auf vertikaler Ebene, das heißt es gibt sowohl Männer als auch Frauen in höheren Positionen. Unterschiede lassen sich jedoch auf vertikaler Ebene feststellen, demnach Frauen zumeist in eher „frauenfreundlichen“ Berufsfeldern, wie Marketing oder Administration, anzutreffen sind.<sup>253</sup>

Die Männlichkeitskultur involviert auch Gruppen junger Männer, die ihren Arbeitsplatz mit Nacktbildern von Frauen schmücken, sexistische Witze austauschen und sich meist in einer reinen Männergruppe versammeln. Valenduc und Vendramin (2004) fanden ebenfalls beachtliche Beweise für eine konstante Stereotypisierung von Frauen von männlichen Managern und Führungskräften, besonders bezüglich ihrer Skills, die Verfügbarkeit für die Arbeit und ihres Karriereinsatzes. Jedoch sind solche Kulturen nicht immer abschreckend für Frauen, manche sind dazu fähig diese zu transzendieren.<sup>254</sup>

Inspiziert von der „#1ReasonWhy“-Aktion im Jahre 2012, die über Twitter eine Welle an intensiven Diskussionen über Frauen in der Spieleindustrie auslöste,<sup>255</sup> gab es mit dem Hashtag #1ReasonToBe im März 2015 eine erneute Diskursrunde auf der Game Developer's Conference in San Francisco. Acht Frauen lieferten hier inspirierende Statements, die ihre Erfahrungen bezüglich ihrer Arbeit in der Spieleindustrie beschreiben. Betont wurde vor allem die Wichtigkeit, Platz für Frauen sowie Minderheiten in dieser Industrie zu schaffen. Im Zuge des „empty chair“ Beitrages wurde auf die Angst vor Belästigungen wie auch Diskriminierungen hingewiesen, die nach wie vor existiert. Ein leerer Stuhl

---

<sup>251</sup> vgl. <http://www.womeningamesjobs.com/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>252</sup> vgl. <http://women.igda.org/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>253</sup> vgl. Prescott/Bogg 2011, <http://www.eludamos.org/index.php/eludamos/article/view/vol5no1-2/html2> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>254</sup> vgl. Valenduc/Vendramin 2004, S. 88

<sup>255</sup> vgl. Ganguin/Hoblitz 2014, S. 14f

wurde auf die Bühne gestellt und Zitate auf eine Wand projiziert, die das Publikum in Stille las.<sup>256</sup>

"I can't talk; my company won't let me."

"I am terrified of the harassment that might ensue from being on camera."

"No woman in the industry has the luxury of not worrying about this."

"Just because harassment didn't happen to you doesn't mean it's not happening."

"Read the comments. Pretend they're talking about your daughter."<sup>257</sup>

Es gibt jedoch mittlerweile einige Unternehmen, beispielsweise im IT wie auch Gaming Sektor, die eine frauenfreundliche Kultur schaffen indem sie sexistische/s Sprache, Bilder und Verhalten ablehnen, Frauen ermutigen in den Bereich einzusteigen und die Fähigkeiten beider Geschlechter gleich behandeln.<sup>258</sup>

### 6.3 Female Players

Der Unterschied zwischen Mädchen und Buben bezüglich des Computerspielverhaltens beruht nicht auf Biologie. Schon zur Zeit der Entwicklung der ersten Computer in den 40er Jahren galt programmieren und der gesamte Umgang mit Software als Frauensache und änderte sich erst als die Bedeutung dafür stieg und diese Tätigkeiten zu eigenen Berufsfeldern wurden.<sup>259</sup>

Onlinespiele bieten die Option mehr oder weniger unabhängig von der geografischen Lage gegeneinander anzutreten. Dies ermöglicht die Entstehung von Online-Gemeinschaften rund um Skills und Kompetenzen. Für weibliche Spieler ist diese Anonymität insofern interessant, weil sie gegen ihre männlichen Konkurrenten antreten können ohne spezifischen Gendermarkierungen ausgesetzt zu sein und dadurch die stereotypischen Verhaltensmuster gegenüber weiblichen Spielern reduziert werden. Die Beteiligung in diesen

---

<sup>256</sup> vgl. Parkin 2015,  
[http://gamasutra.com/view/news/238165/Women\\_share\\_their\\_1ReasonToBe\\_in\\_games\\_in\\_a\\_poverful\\_GDC\\_panel.php](http://gamasutra.com/view/news/238165/Women_share_their_1ReasonToBe_in_games_in_a_poverful_GDC_panel.php) (aufgerufen am 3. Juni 2015); Riendeau 2015,  
<http://www.polygon.com/2015/3/6/8160653/gdc-women-gaming-1reasontobe> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>257</sup> Parkin 2015,  
[http://gamasutra.com/view/news/238165/Women\\_share\\_their\\_1ReasonToBe\\_in\\_games\\_in\\_a\\_poverful\\_GDC\\_panel.php](http://gamasutra.com/view/news/238165/Women_share_their_1ReasonToBe_in_games_in_a_poverful_GDC_panel.php) (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>258</sup> vgl. Valenduc/Vendramin 2004, S. 87

<sup>259</sup> vgl. Jungwirth 1996, S. 20f

Räumen kann durchaus dazu führen, dass mehr Frauen durch ihr aufbauendes Selbstvertrauen bezüglich ihrer Spielfähigkeit eher an öffentlichen Spielwettbewerben teilnehmen, was wiederum dazu führt, dass sie das Gefühl bekommen, sie konkurrieren auf demselben Level wie ihre männlichen Pendants.<sup>260</sup>

### 6.3.1 Allgemeine Daten

Digitale Spiele gehören bei heutigen Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen zu einer der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen. Laut der KIM-Studie vom Jahr 2014 nutzen etwa 24% der 6 bis 13-jährigen in Deutschland jeden oder fast jeden Tag Computer-/Konsolen-/Onlinespiele. 31% von den Nutzern sind männlich und 16% weiblich, 38% spielen ein- oder mehrmals pro Woche, wobei die beiden Geschlechter hier ziemlich gleich aufliegen (Mädchen 37%, Jungen 38%).<sup>261</sup> Auffällig ist dabei, wie die Studie von Jahr 2012 belegt: Je älter das Kind ist, desto häufiger wird gespielt.<sup>262</sup> Die JIM-Studie aus dem Jahr 2014 bezieht sich auf eine ältere Zielgruppe, der 12 bis 19-jährigen, wobei 69% täglich oder mehrmals pro Woche spielen. Im Gegensatz zur KIM-Studie nimmt die Spielzeit mit zunehmendem Alter ab. Verglichen mit der JIM-Studie von 2013<sup>263</sup> hat die Anzahl der Vielspieler vor allem bei Mädchen stark zugenommen, von 19% auf 53%, bei Jungen von 70% auf 84%.<sup>264</sup> In Amerika sind laut ESA (entertainment software association) mindestens 44% (Stand 2015) aller SpielerInnen weiblich und es spielen mehr erwachsene Frauen ab 18 Jahren Computerspiele als junge Buben mit 17 Jahren oder jünger. Die durchschnittliche Gamerin ist 43 Jahre alt.<sup>265</sup>

---

<sup>260</sup> vgl. Bryce/Rutter 2002, S. 250

<sup>261</sup> vgl. <http://mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf14/KIM14.pdf>, S. 53f (aufgerufen am 20. Mai 2015)

<sup>262</sup> vgl. [http://mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf12/KIM\\_2012.pdf](http://mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf12/KIM_2012.pdf), S. 46ff (aufgerufen am 20. Mai 2015)

<sup>263</sup> vgl. <http://mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf13/JIMStudie2013.pdf>, S. 45 (aufgerufen am 20. Mai 2015)

<sup>264</sup> vgl. [http://mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf14/JIM-Studie\\_2014.pdf](http://mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf14/JIM-Studie_2014.pdf), S. 41 (aufgerufen am 20. Mai 2015)

<sup>265</sup> vgl. <http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2015/04/ESA-Essential-Facts-2015.pdf> S. 3 (aufgerufen am 13. April 2015)



### 6.3.2 Genrepräferenzen bei Mädchen und Buben

Bezüglich Lieblingsspiele wird Super Mario bei beiden Geschlechtern gleich favorisiert, wohingegen das Fußballspiel *FIFA* bei Jungen und *Die Sims*, wo es um soziale Beziehungen und menschlichen Alltag geht, bei Mädchen weit vorne liegt. Jungen bevorzugen klar wettbewerbsorientierte Spiele mit Durchsetzungskraft, wogegen Mädchen davon eher abneigen. Dem zufolge bedienen sich Männer häufiger leistungsorientierten und Frauen eher sozialen Motiven. Es wird allerdings des Öfteren behauptet, dass Mädchen eine solche Spieldynamik als widersprüchlich zu ihrer angestrebten Geschlechterrolle erleben. Bedenklich ist auch, dass die Spielvorlieben den Eindruck erwecken, diese seien an das biologische Geschlecht gebunden.<sup>266</sup>

Laut Jungwirth (1996) favorisieren Mädchen Geschicklichkeits- und Denkspiele, während Simulations- Adventures- und Strategiespiele eher auf wenig Interesse stoßen. Buben finden Kampf- sowie Kriegsspiele mit mehr gewaltbetonen Hintergründen ansprechend und vor allem das Sich-Durchsetzen ist ihnen sehr wichtig. Mädchen interessieren sich eher für die Geschichte des Spiels ebenso wie für die darin dargestellten Figuren.<sup>267</sup> Dies stellt auch Grapenthin (2007) in ihrer Studie fest, ebenso wie, dass Buben zusätzlich Spiele, die mit einer Altersfreigabe versehen sind, bevorzugen, auch wenn sie das gewünschte Alter noch nicht erreicht haben.<sup>268</sup>

### 6.3.3 Fan-Community

Die Fan-Community weltweit ist enorm und es gibt zahlreiche verschiedene Arten ihren Tribut zur Spielekultur zu zeigen. Dieser Teil zählt als Anknüpfungspunkt zum Kapitel Spielekultur. Hier werden lediglich ein paar Beispiele genannt um einen kleinen Einblick in diese Welt zu bekommen.

Die Jugend hat viele Möglichkeiten sich aktiv mit populären Spielen auseinanderzusetzen, inklusive die Kreation von Cheats, Modifikationen, Spiel-Anleitungen, „walk-throughs“ und diverse Webseiten, Blogs und Wikis.<sup>269</sup>

---

<sup>266</sup> vgl. Ganguin/Hoblitz 2014, S. 2; Wimmer 2013, S. 50

<sup>267</sup> vgl. Jungwirth 1996, S. 12f

<sup>268</sup> vgl. Grapenthin 2007, S. 16f

<sup>269</sup> vgl. Ito (Hgs.) 2010, S. 220

SpielerInnen diskutieren über ihre virtuelle Welt und tauschen Informationen aus. In den meisten Fällen verlaufen diese höflich, allerdings gibt es gelegentlich auch heftigere Auseinandersetzungen.<sup>270</sup> Kahne, Middaugh und Evans (2009) vergleichen die Interaktionen in und über Computerspiele mit dem Modell von „Dewey’s conception of democratic community places“, in dem verschiedene Gruppen von Individuen mit geteilten Interessen zusammenkommen, Normen verhandeln müssen, alle vom Teamwork profitieren, indem Anfänger von fortgeschrittenen Mitgliedern betreut werden und kollektiv Probleme gelöst werden.<sup>271</sup>

In diesen Kreisen sind viele Fan-Artists präsent und teilen ihre eigenen Spiele-Artworks, die, neben den Media Artists, oftmals mit nichts anderem als Stift und Papier produziert wurden. Die Fan Community ist sehr hilfsbereit, wenn es um die Unterstützung von Verbesserungen und Reproduktionen des originalen Artworks von DesignerInnen geht. Diese Form von Fan-Art ist hauptsächlich ein Tributwerk und die höchste Form von Anerkennung wäre, wenn diese ArtistInnen schlussendlich von einem offiziellen Gaming-Studio angeheuert würden.<sup>272</sup>

*Cosplay* ist in der gesamten Spielekultur sehr beliebt und wird zum Teil auch sehr professionell ausgeführt. Der Begriff leitet sich ab von „costume“ und „play“ und hier wird möglichst versucht, originalgetreu und authentisch fiktive wie auch echte Kunstfiguren (u.a. aus Anime, Computerspiele und TV) nachzuahmen (mit Kleidung, Make-Up, Bewegungen etc.).<sup>273</sup> Dieses Phänomen ist nicht wie Zaremba (2004) behauptet nur den Frauen vorbehalten,<sup>274</sup> auch gibt es zahlreiche männliche „Body Double“, „Look-Alikes“ beziehungsweise „CosplayerInnen“. Ebenso ist gender-switching eine beliebte Form des Cosplays. Besonders Spiele-Messen, wie die mittlerweile weltweit größte GamesCom in Köln, ziehen neben den zahlreichen BesucherInnen, auch viele CosplayerInnen an.<sup>275</sup>

---

<sup>270</sup> vgl. Castronova 2005, S. 43

<sup>271</sup> vgl. Kahne/Middaugh/Evans 2009, S. 6f

<sup>272</sup> vgl. Dovey/Kennedy 2006, 135

<sup>273</sup> vgl. Heymann 2014, S. 209

<sup>274</sup> vgl. Zaremba 2004, S. 73ff

<sup>275</sup> siehe <http://www.gamescom.de/gamescom/Presse/index.php> (aufgerufen am 10. Mai 2015)

Früher wurde das Spiel lediglich als eine freiwillige Handlung gesehen, die keinen Notwendigkeiten unterliegt. Doch hat sich in den letzten Jahren immer mehr gezeigt, dass diese Behauptungen längst nicht mehr dem aktuellen Stand entsprechen. Insbesondere beim sogenannten eSport, wo (semi-)professionelle SpielerInnen auf Veranstaltungen, wie zum Beispiel *World Cyber Games*, für eine beträchtliche Gewinnsumme ihr Können unter Beweis stellen. Mittlerweile kann diese Art auch als Arbeit oder leistungsorientiertes Spiel angesehen werden.<sup>276</sup> Beispielsweise finden seit 2011 jedes Jahr die *League of Legends World Championships* statt, bei denen internationale Teams in öffentlichen Stadien gegeneinander antreten und eisern darauf hoffen, mit dem Hauptgewinn von einer Million Dollar sowie dem Summoner's Cup nach Hause zu gehen. Im Jahr 2014 verfolgten mehr als 32 Millionen Fans dieses Event.<sup>277</sup>

#### **6.3.4 Weibliche Fan-Community**

Die weibliche Spielekultur wird immer größer und gegensätzlich zum üblichen Freizeitverhalten von Mädchen und Frauen investieren sogenannte „Gamerinnen“, wie auch ihre männlichen Kollegen, ebenfalls einen großen Teil ihrer Zeit in ausgewählte Computerspiele. Sie nutzen den interaktiven Raum des Netzes auch für die Ausweitung ihrer sozialen Netzwerke und öffentliche Gestaltung ihrer Bedürfnisse. Mit ihren eigens geschaffenen „Gamespace“ sind sie somit Expertinnen in Online- sowie Offline-Umgebungen.<sup>278</sup>

Die weibliche Fan-Community ist nicht nur auf die Inszenierung von Look Alikes beschränkt, sondern ist auch im Internet aktiv mit eigenen Websites vertreten, die sich aktiv mit Computerspielen und ihren Heldinnen auseinandersetzen. Die beschriebenen Portale von Zaremba (2004) *Womengamers* und *Grrlgamer*<sup>279</sup> wurden aufgelöst und an Stelle dessen traten andere Plattformen wie [www.gamingaswomen.com](http://www.gamingaswomen.com), [www.linksaveszelda.com](http://www.linksaveszelda.com) oder auch eine Unterkategorie von Reddit<sup>280</sup> [www.reddit.com/r/GirlGamers](http://www.reddit.com/r/GirlGamers).

---

<sup>276</sup> vgl. Wimmer 2013, S. 36

<sup>277</sup> siehe <http://na.lolesports.com/worlds/2014/worlds-2014/about> (aufgerufen am 10. Mai 2015)

<sup>278</sup> vgl. Zaremba 2007, S. 76

<sup>279</sup> vgl. Zaremba 2004, S. 76ff

<sup>280</sup> Eine Art Online-Community, wo UserInnen Inhalte bewerten können; vgl. <http://www.reddit.com/about/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

Auf YouTube sind einige Channels von weiblichen Spielern zu finden, wie beispielsweise TheGirlsOnGames<sup>281</sup>. Zahlreiche Female Let's Players<sup>282</sup> finden sich zudem auch auf der Plattform *Twitch*<sup>283</sup>, die live, meist mit Webcam, Computerpiele spielen und dazu kommentieren. Eine der bekanntesten österreichischen weiblichen Vertreter ist Miss Rage. Sie hat fast 260.000 Follower<sup>284</sup> und etwa 11,72 Millionen Total Views (Stand 30. Juli 2015).<sup>285</sup> In einem Interview von 2014 meint sie auf die Frage, ob es denn schwierig für sie sei sich unter so vielen männlichen Streamern zu behaupten:

"On one hand, you get attention in an easier way. Some people will tune in to channels just because 'omg she's a girl playing'. It is good for the early stages of the stream. On the other hand, it is harder to keep the number of viewers constant. On the internet, people judge extremely easily and you only have few minutes to prove yourself as an entertainer."<sup>286</sup>

Es gibt mittlerweile viele berühmte Persönlichkeiten in der Gaming Welt wie beispielsweise Eefje Depoortere alias „Sjokz“. Die Belgierin ist Interviewerin für SK Gaming<sup>287</sup> sowie CyberSportsNetwork<sup>288</sup> und war die Moderatorin für die European League of Legends Championship Series für Riot Games in Köln 2015.<sup>289</sup>

### **6.3.5 Die Schattenseite der Gaming Community**

Die Welt der Computerspiele und ihre Community besteht allerdings nicht nur Spaß und Spannung, sondern hat auch ihre Schattenseiten. Spielerinnen (wie auch Spieler) werden oft Opfer von Diskriminierungen und Belästigungen bis hin zu Morddrohungen.

---

<sup>281</sup> siehe <https://www.youtube.com/channel/UCFSItri0KQEtuv6Rbw6hknkg> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>282</sup> siehe <http://www.kstatecollegian.com/2013/04/18/fan-fiction-more-creative-than-most-people-think/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>283</sup> siehe <http://www.twitch.tv> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>284</sup> AnhängerIn oder AnhängerInnenschaft; Personen, die diese Videos/diesen Channel regelmäßig verfolgen <http://social-media-abc.de/index.php?title=Follower> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>285</sup> siehe [http://www.twitch.tv/miss\\_rage](http://www.twitch.tv/miss_rage) (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>286</sup> [http://www.sk-gaming.com/content/1655361-In\\_Spotlight\\_Miss\\_Rage](http://www.sk-gaming.com/content/1655361-In_Spotlight_Miss_Rage) (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>287</sup> siehe <http://www.sk-gaming.com/> (1. Juni 2015)

<sup>288</sup> siehe <https://www.youtube.com/user/CyberSportsNetwork> (aufgerufen am 1. Juni 2015)

<sup>289</sup> siehe <https://www.youtube.com/watch?v=LvYBzCuC1aA> und <https://www.facebook.com/Sjokz> (aufgerufen am 1. Juni 2015)

Natürlich sind Belästigungen gegen weibliche Spieler immer schon allgegenwärtig, wahrscheinlich seit Beginn der Spielgeschichte, jedoch wurden sie in den letzten Jahren immer virulenter und konzentrierter. Langsam aber sicher und aufeinander aufbauend in Dichte und Intensität, haben all diese Events Reaktionen auf die wachsende Anzahl an Frauen und Mädchen in der Spieleszene ausgelöst. Diese treten jedoch nicht als Neuerscheinung, sondern als regulärer und zunehmend immer wichtiger werdender Teil der Spielkultur auf.<sup>290</sup>

„With increasing frequency the ugliness of game culture is being put on display for the wider world to see.“<sup>291</sup>

Seit dem Jahr 2014 gibt es eine Hetzkampagne im Netz mit dem Schlagwort „Gamergate“, dessen Ursprung auf der Affäre der Computerspiel-Entwicklerin Zoe Quinn und einem Redakteur des Spieleblogs Kotaku liegt. Beiden wurde vorgeworfen, dass sie Sex gegen gute Berichterstattung ausgetauscht hätten. Diese Geschichte entwickelte sich zu einer heftigen und weltweiten Auseinandersetzung. Frauen aus der Spielebranche wurden beschimpft und Feminismus vorgeworfen, der nichts mit der Computerspielwelt zu tun habe. Diese Skandale gingen so weit, dass Opfer mit Hilfe der Polizei untertauchen mussten wegen vermeintlicher Morddrohungen.<sup>292</sup> Der Hashtag #Gamergate wurde zum Synonym für männliche Spieler, die Spiele-Kritikerinnen mundtot machen wollen.<sup>293</sup>

Neben Quinn ist auch die Bloggerin und feministische Medienkritikerin Anita Sarkeesian Opfer des Gamergate-Skandals. Sie startete im Jahre 2012 eine Kickstarter-Kampagne mit dem Namen „Tropes vs. Women in Video Games“<sup>294</sup>, um Geld für ein Videoprojekt zu sammeln, das die Repräsentation von Frauen in Computerspielen erforscht und kritisiert.<sup>295</sup> Dieses Vorhaben brachte eine Welle

---

<sup>290</sup> vgl. Consalvo 2012, <http://adanewmedia.org/2012/11/issue1-consalvo/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>291</sup> Consalvo 2012, <http://adanewmedia.org/2012/11/issue1-consalvo/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>292</sup> vgl. Bernau 2014, <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/netzwirtschaft/gamergate-brianna-wu-nach-morddrohungen-in-sicherheit-gebracht-13204256.html> (aufgerufen am 20. August 2015)

<sup>293</sup> vgl. <http://www.tagesschau.de/ausland/gamergate-101.html> (aufgerufen am 20. August 2015)

<sup>294</sup> siehe <https://www.kickstarter.com/projects/566429325/tropes-vs-women-in-video-games> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>295</sup> siehe [https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r_Q) (aufgerufen am 18. August 2015)

an Kritik und Belästigungen bis hin zu Morddrohungen mit sich.<sup>296</sup> Eine Gruppe entwickelte sogar ein „beat up Anita Sarkeesian“ Flash-Computerspiel, indem es möglich war, mit der Maus in ihr Gesicht zu hauen bis es blaue Flecken bekam und anschwell.<sup>297</sup> Dies ist jedoch nicht verwunderlich, denn in einem Bereich, wo Sexismus und Homophobie ausgeführt und reproduziert wird als wäre es ein Teil des digitalen Codes, ist feministische Aufmerksamkeit auf Computerspiele und Spielkultur bedrohlich.<sup>298</sup>

„Those who wield gender, race, class, sexuality, ability and other forms of social power in order to intimidate, silence, and oppress others will fiercely reject a feminist lens focused on the cultural products that serve as platforms for that oppression.“<sup>299</sup>

Trotz dieser negativen Gegenreaktionen und durch die erhöhte öffentliche Sichtbarkeit bekam sie massiven finanziellen Support und erreichte statt den ursprünglich geplanten 6000 Dollar über 150.000 Dollar.<sup>300</sup>

Jennifer Hepler, eine Entwicklerin von der Firma BioWare mit Spielen wie *Dragon Age*, *Mass Effect* und *Star Wars: The Old Republic*, wurde Opfer von Diskriminierung, da sie es gewagt hatte vorzuschlagen, dass SpielerInnen in Computerspielen mit lediglich einem Tastendruck Kämpfe überspringen können, so ähnlich wie es SpielerInnen in anderen Spielen möglich ist, mit einem Tastendruck Zwischensequenzen auszulassen.<sup>301</sup> Des Weiteren wurde sie für die Ruinierung der *Dragon Age* Serie verantwortlich gemacht, da sie den SpielerInnen die Möglichkeit bot, gleichgeschlechtliche sexuelle Interessen zu verfolgen. Dies wurde als direkter Angriff auf den traditionellen, männlichen, weißen und heterosexuellen Spieler angesehen. Die geschichtlichen Elemente sehen viele Hardcore Gamer als etwas Weibliches an und deshalb haben sie

---

<sup>296</sup> vgl. Huntemann 2013, <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-huntemann/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>297</sup> vgl. Layne/Blackmon 2013, <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-layne-blackmon/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>298</sup> vgl. Huntemann 2013, <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-huntemann/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>299</sup> Huntemann 2013, <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-huntemann/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>300</sup> vgl. Huntemann 2013, <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-huntemann/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>301</sup> siehe <http://www.polygon.com/features/2014/2/6/5361004/fighting-game-diversity> (aufgerufen am 17. August 2015)

keinen Platz in „ihrem“ Spiel. Sexismus, Rassismus und frauenfeindliche Angriffe waren die Folge, bis sich Dr. Ray Muzyka, der Mitbegründer von BioWare, öffentlich für sie einsetzte und unterstützte.<sup>302</sup>

Etwa zur selben Zeit verwickelte sich die Beat'em Up-Community<sup>303</sup> in eine Auseinandersetzung über ihre Geschichte der sexistischen Sprache und Praktiken. Während einer Reality-TV-Serie über solche Wettbewerbe verkündete ein Teamchef, dass sexuelle Belästigung ein wichtiger Teil der Fighting Game-Community sei und dies deshalb fortgeführt werden sollte.<sup>304</sup>

Jessie Rogers, eine frühere Erwachsenenfilmdarstellerin mit über 40 Filmen, spielt mittels Stream auf YouTube und Twitch *Call of Duty* sowie *League of Legends* und bekommt dafür einerseits negatives als auch positives Feedback. Neben den zahlreichen Belästigungen (mehr als bei anderen Spielerinnen) hat sie 75.000 Follower auf Twitch und erklärt dies mit „[...]some men just go crazy when they see a porn girl gaming.“<sup>305</sup> Sie ist jedoch bei weitem nicht die Einzige, die den Weg von der Pornoindustrie hin zur Gaming-Welt gefunden hat. Alana Evans erstellte sogar im Jahr 2011 die Website *pwnedbygirls.com*, die sich auf weibliche Pornostars konzentriert, die oben ohne computerspielen. Dies bleibt allerdings nicht ohne Kritik:

„The obsession with “fake gamer girls” is deep-rooted in the gaming community, with gamers accusing attractive women of being “cam whores” and derisively referring to men who donate to female streamers on Twitch as “white knights.”“<sup>306</sup>

Die meisten negativen Kommentare kamen hier seitens anderer weiblicher Spieler.<sup>307</sup>

---

<sup>302</sup> vgl. Layne/Blackmon 2013, <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-layne-blackmon/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>303</sup> *Beat'em up* bezeichnet Spiele, in denen Wettkämpfe auf Rundenbasis gegen sich abwechselnden Gegnern in einer Arena mit Hilfe echter oder fiktiver Kampfstile ausgetragen werden. (vgl. Matzenberger 2008, S. 71)

<sup>304</sup> siehe <http://www.polygon.com/features/2014/2/6/5361004/fighting-game-diversity> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>305</sup> Dickson 2014, <http://www.dailydot.com/esports/porn-stars-to-gamer-girls/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>306</sup> Dickson 2014, <http://www.dailydot.com/esports/porn-stars-to-gamer-girls/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>307</sup> vgl. Dickson 2014, <http://www.dailydot.com/esports/porn-stars-to-gamer-girls/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

Kelly Flatley (2013) kritisiert ebenfalls in ihrem Bericht, dass weibliche Computerspieler von ihrem männlichen Pendant nach wie vor diskriminiert und als „Fake Gamer / Nerd Girls“ oder „Poser“ bezeichnet werden, vor allem wenn sie nicht jedes einzelne Detail jedes einzelnen Computerspiels in und auswendig kennen.<sup>308</sup>

„A girl gets called “fake” in one community by one person and all of a sudden everyone agrees and says “OH NO SHE’S A FAKER!” instead of listening to reason and getting her side of the story. This leads to hateful messages and comments as well as straight up harassment over time. This ruins gaming as well as nerdy communities for some women which is a total bummer.“<sup>309</sup>

Sky Williams spricht in seinem YouTube-Video „Dear Female Streamers.“ genau diese Frauen an, die ihre weiblichen Reize über das Gameplay stellen und es somit immer schwieriger für jene machen, die es in der Streaming-Szene „ernst“ meinen, da sie oftmals auf dieselbe Stufe gestellt werden.

„It’s the female streamers who continually try to cater to the men by changing their voices, exposing their breasts, ass whatever it is that makes it a lot harder for other people.“<sup>310</sup>

Ein neuer Trend ist das sogenannte „Swatting“:

„[...]a new fad among gamers targeting those who “livestream“, broadcasting themselves and their game play live over the Internet to fans and in-game rivals alike. If a gamer is able to ascertain the personal information of a rival, by locating their IP and residential address, they will call in a dangerous threat to law enforcement and watch as the “livestreamer’s” house is forcibly entered by police.“<sup>311</sup>

Auch viele Frauen sind davon betroffen, insbesondere jene, die FPS spielen wie *Call of Duty* oder *Halo*:

---

<sup>308</sup> vgl. Flatley 2013, <http://linksaveszelda.com/2013/10/10/fake-gamernerd-girls-and-why-geek-girl-shaming-needs-to-stop/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>309</sup> Flatley 2013, <http://linksaveszelda.com/2013/10/10/fake-gamernerd-girls-and-why-geek-girl-shaming-needs-to-stop/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>310</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=M2ETEpZCQOU> (Minute 2:04-2:13, aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>311</sup> <http://nationalreport.net/15-year-old-swatted-domestic-terrorism/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)



„The threats were so bad I had to hide my identity, change my name and play male characters just so I wouldn't attract more unwanted attention (and write this piece anonymously). I felt like an outcast.“<sup>312</sup>

Ein Fall von *stalking* und *swatting* ereignete sich in den USA und Kanada 2014. Ein 17-jähriger hatte es auf weibliche Spieler und deren Eltern abgezielt und wurde daraufhin verurteilt:

„[...]the teen would often target fellow League of Legends players and their families when they denied friend requests or he felt slighted by them over some minor offense. He would retaliate, according to Bauer, by shutting down their internet access, posting their personal information online, calling them late at night, or calling the police to call in an imaginary emergency situation.“<sup>313</sup>

Der Hass, der von diesen vermeintlich bedrohten Einzelpersonen oder Gruppen ausgeht, basiert laut Mia Consalvo (2012) auf zwei Faktoren: Ein Sexist (wie auch Rassist, Homophob und Ageist<sup>314</sup>) glaubt an die Fähigkeiten und den passenden Platz für weibliche Spieler und fürchtet sich vor der wechselnden Natur der Spielindustrie. In Bezug auf sexistische Vorstellungen und Praktiken appelliert Consalvo, dass wir mehr über das Ausmaß solcher Aktivitäten dokumentieren und analysieren sollten, welche Resonanzen und Aktionen diese Probleme mildern oder eliminieren könnten.<sup>315</sup> Beispielsweise im März 2011 veröffentlichte Singapore-MIT GAMBIT Game Lab ein Video, dass Hass-Postings bezüglich Muslime, Afroamerikaner, Homosexuelle und Frauen in der Spiele-Community dokumentiert.<sup>316</sup>

In Bezug auf den zweiten Punkt beschwerten sich männliche Spieler explizit über den Wachstum an beispielsweise Causal oder Social-Games. Diese sind in der Hardcore-Szene verpönt, da sie mit Weiblichkeit und Homosexualität in Verbindung gebracht werden. Sie sehen Causal Games als Bedrohung an, da sie

---

<sup>312</sup> <http://www.redorbit.com/news/technology/1113305182/female-gamer-i-had-to-hide-my-identity-change-my-name-122614/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>313</sup> <http://www.gamepolitics.com/2015/05/21/league-legends-player-admits-swatting-and-stalking-multiple-victims-us-and-canada#.VboBzjDtIbc> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>314</sup> ein altersfeindlicher Mensch

<sup>315</sup> vgl. Consalvo 2012, <http://adanewmedia.org/2012/11/issue1-consalvo/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>316</sup> vgl. Tan 2011, [http://gambit.mit.edu/updates/2011/03/hate\\_speech\\_in\\_game\\_communitie.php](http://gambit.mit.edu/updates/2011/03/hate_speech_in_game_communitie.php) (aufgerufen am 17. August 2015)

Angst davor haben, dass diese Spiele das Budget und die EntwicklerInnenressourcen von „richtigen“ Spielen und Genres, wie First Person Shooter oder Action Game, limitieren oder gar ablösen könnten.<sup>317</sup>

Eine Komponente, die dieser Sorge unterliegt, bezieht sich auf die Plattformen, auf die diese Spiele laufen. Dies bedeutet, dass Hardware-Entwicklung und wie Unternehmen wie Sony und Nintendo das Design ihrer Konsole aussuchen, maßgebliche Konsequenzen für die Spiele haben. Beispielsweise wurde Nintendo dafür kritisiert, dass die Veröffentlichung der Nintendo Wii nicht dem technischen Standard anderer Konsolen gerecht wird und damit einhergehend die Senkung der potentiellen Nachfrage an AAA-Spieltiteln.<sup>318</sup>

„[...]core gaming culture views causal games as a Trojan horse for femininity to creep in and fundamentally alter the gendered game experience that culture values.“<sup>319</sup>

Diese Art von Reaktion gegen feministische (Re)Aktion wurde immer und immer wieder in Bezug auf Frauen beobachtet, die den Status Quo der Computerspielindustrie in Frage stellten, kritisierten oder übertraten. Die SpielerInnen-Spiel-Beziehung ist komplex und ist nicht ansatzweise so statisch, wie es manche Game Studies-Theorien, die ihren Fokus auf die Mechanik und den Prozess legen, behaupten. Während wir spielen, lesen, interagieren, diskutieren, schimpfen, erzählen, suchen und fiktionalisieren verändern wir die Geschichte des Spiels. Layne und Blackmon (2013) fordern daher auf, dass wenn wir als FeministInnen mehr in diese Art von Geschichtsveränderung involviert sind, wir SpielerInnen besser motivieren können, einerseits bessere Spiele zu verlangen und andererseits Spiele kritischer zu lesen.<sup>320</sup>

Trotz dieser Schattenseiten gibt es auch jede Menge Zuspruch seitens der männlichen Spieler, die weibliche Spieler gerne unterstützen und sich über deren aktive Teilnahme in der Computerspiel-Kultur freuen.

---

<sup>317</sup> vgl. Vanderhoef 2013, <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-vanderhoef/> (aufgerufen am 17. August 2015); Consalvo 2012, <http://adanewmedia.org/2012/11/issue1-consalvo/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>318</sup> vgl. Consalvo 2012

<sup>319</sup> Vanderhoef 2013

<sup>320</sup> vgl. Layne/Blackmon 2013, <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-layne-blackmon/> (aufgerufen am 17. August 2015)

## 7 Theorie-Zusammenfassung

Die feministische Theorie hat es innerhalb kürzester Zeit geschafft, in sämtlichen Disziplinen eine große Verbreitung zu finden. Der Schwerpunkt der feministischen Ansätze liegt auf publikumsorientierten Analysen und untersucht dabei Aneignungs- und Rezeptionsprozesse sowie Publikum und Text im Sinne der Cultural Studies. Die sozialkonstruktivistischen und ethnomethodologischen Ansätze nehmen an, dass die Herstellung von Geschlecht im Alltag meist unbewusst und situationsabhängig vonstattengeht. Bei den poststrukturalistischen Ansätzen werden gesellschaftliche und sprachliche Strukturen als dynamische Vorgänge der Bedeutungskonstruktion interpretiert. Die erkenntnistheoretischen Ansätze gehen von der These der Situiertheit des Wissens aus und berücksichtigen dabei den Kontext von Wissenschaft. Wissenschaftliches Wissen macht hierbei hierarchische Verhältnisse sichtbar, die soziale, historische, kulturelle und ökonomische Wissensproduktionen widerspiegeln.

Im Zuge der epistemologischen Debatte gab es eine Neuorientierung in Richtung Gender Studies. Diese geht der Frage nach, wie Geschlecht strukturell, individuell und symbolisch in der Gesellschaft hergestellt sowie aufrechterhalten wird. Auch hier wird zwischen drei Ansätzen unterschieden: Der Gleichheitsansatz bezieht sich auf die Trivialisierung und symbolische Nichtexistenz von Frauen in Massenmedien und fordert die grundsätzliche Gleichstellung von Frau und Mann. Der Differenzansatz bezieht sich hingegen auf die Geschlechterdifferenz im Medienhandeln, die empirisch nicht bewiesen werden kann und theoretisch nicht tragfähig ist. Beide bedingen einander und können ohne einander nicht existieren. Der letzte Ansatz, De-/Konstruktivismus, hat den Prozess des „Doing Gender“ im Fokus und bezieht sich hier auf das symbolische System der Zweigeschlechtlichkeit.

Diese Ansätze wie auch der „neue“ Feminismus brachten einige Debatten hervor. Beispielsweise kritisiert Sybille Moser, dass sich in dieser breiten Auswahl die theoretische Heterogenität der aktuellen Meinungs- und Kommunikationsforschung wiederholt. Sie bleibe wegen ihrer politischen Abstammung vorrangig auf Ansätze beschränkt, die ihre Beobachtungsstrategien

ausdrücklich als Gesellschaftskritik kennzeichnen. Eine weitere Kritikerin, McRobbie, bezeichnet Postfeminismus als eine Art Feminismus-Ersatz, der durch den Prozess des *undoing* des Feminismus gekennzeichnet ist. Weiters merkt sie, neben vielen anderen Dingen, an, dass der Feminismus so „abgewickelt“ werden sollte, indem junge Frauen in den neuen Geschlechtervertrag einwilligen und gleichzeitig auf die Kritik an der Geschlechterungleichheit verzichten. Sie verwendet hierbei den Ausdruck *Maskerade*, welcher einerseits den fiktiven Status des Weiblichen offen anerkennt und ihn sogar feiert und andererseits neue Strategien zur Durchsetzung der Geschlechterdifferenz entwickelt.

Da Computerspiele inzwischen ein beachtlicher Teil der Mainstreamkultur geworden sind, stellen sie auch einen wichtigen Gegenstand wissenschaftlicher und akademischer Studien dar. Bis vor ein paar Jahren legten WissenschaftlerInnen ihr Augenmerk bei den Analysen auf zwei Themen: Darstellung von Frauen innerhalb des Spiels und der Fokus auf männliche Spielthemen. Später wechselten viele ihren Fokus auf die Spielerinnen selbst, wie sie beispielsweise in einer gendercodierten Umgebung spielerisch handeln. In vielen Studien wurde illustriert, dass Nicht-Spielerinnen beunruhigter sind über die sexistische Darstellung von Gender als wirkliche Spielerinnen und die Existenz von Sexismus, Hypersexualisierung bei Heldinnen und Gewalt in der Spieleskultur anerkennen. Auch wird angesprochen, dass es wichtig ist, die Frauenquote im technologischen Umfeld zu erhöhen und Mädchen mit Technologien vertraut zu machen.

Das nächste Kapitel beschäftigte sich mit Computerspielen im Allgemeinen. Die Einführung der ersten Arcade-Spiele in den 1970er und 1980er Jahren und die spätere Veröffentlichung der ersten Heimkonsolen sowie Computerspiele führte junge als auch erwachsene Menschen in ein neues Zeitalter der Unterhaltung. Die darauffolgende Verlagerung in Richtung Onlinespiele und die damit verbundenen „synthetic worlds“ ermöglichten es den SpielerInnen sich global miteinander zu vernetzen. Es wurden neue Möglichkeiten der Interaktion sowie Auslebung geschaffen. Vier der größten Genres in diesem Bereich sind MMORPG, Shooter und RTS, MOBA. MMORPG ist das größte Genre und beherbergt, wie der Name schon sagt, eine massive Anzahl an NutzerInnen, die

in eine fantasievolle Welt eintauchen und miteinander in Gestalt eines Fabelwesens interagieren können. Sie bilden sogenannte Gilden und bewältigen gemeinsam verschiedene Quests. Wenn von Shootern gesprochen wird, bezieht sich dies meist auf First Person oder Third Person Shootern, die in der Regel Kriegsthematiken behandeln. SpielerInnen übernehmen die Kontrolle von Soldaten und versuchen entweder menschliche GegnerInnen oder NPCs zu besiegen. Bei RTS stehen sich in Echtzeit entweder EinzelgegnerInnen oder Teams gegenüber und treten rundenbasierend gegeneinander an. Dabei kontrollieren sie mehrere Einheiten und müssen wirtschaftliche sowie strategische Entscheidungen treffen. Im Unterschied dazu können SpielerInnen bei MOBAs oder auch ARTSs nur einen Champion auswählen und im kooperativen Teamspiel versuchen, die gegnerische Basis zu zerstören. Im Unterschied zu Offlinespielen sind all diese Welten persistent und bestehen weiter auch wenn Spielende nicht online sind. Alle Handlungen und Entscheidungen wirken sich teilweise global aus.

Game Study ist ein relativ junger Forschungsbereich und kann selbst heute noch nicht als abgeschlossener Gegenstand bezeichnet werden. Eines der grundlegendsten Ansichten ist das Konzept des „interaktiven“ Texts. Dovey und Kennedy merkten dazu an, dass bei der Beurteilung eines Spiels jedoch nicht nur textliche Charakteristiken wichtig sind, sondern insbesondere der Moment der Ausführung in den Fokus gerückt werden sollte. Die komplexe Interaktion zwischen SpielerIn und Spiel wird hierbei als Gameplay bezeichnet. Dieser Akt findet in seiner eigenen Umgebung und Zeit statt, der als „magic circle“ bezeichnet wird. *Immersion* und *Flow* spielen in dieser Disziplin eine wichtige Rolle. Sie beziehen sich auf den hohen Grad an Interaktion, der das „Eintauchen“ in eine künstliche Welt ermöglicht und Realität sowie Fiktion ineinander verschmelzen lässt.

Computerspiele machen mittlerweile mehr Umsatz als Kinofilme und sind somit auch wirtschaftlich der Subkultur entwachsen. Bei Onlinespielen gab es in Deutschland im Jahr 2014 etwa 17 Millionen NutzerInnen, wovon 48% weiblich waren. Doch nicht nur die Wirtschaft, sondern auch die Politik erkennt zunehmend den Stellenwert von Computerspielen. In Deutschland wird seit 2007 daher der Deutsche Computerspielpreis zur Förderung wertvoller Computerspiele

vergeben. Grundsätzlich wird der Markt von einigen wenigen großen Unternehmen wie Sony, Blizzard Entertainment, Electronic Arts und Microsoft dominiert und ist demzufolge durch wirtschaftliche Ab- oder Aufwärtsspiralen geprägt. In dieser Industrie sind unterschiedliche Akteure an der klassischen Wertschöpfungskette beteiligt: EntwicklerInnen, PublisherInnen, Handel/Distribution und KonsumentInnen. Sogenannte Gameworkers finden sich vorwiegend in der Produktion und Entwicklung von digitalen Spielen und wurden bis vor kurzem in den Hintergrund gerückt. Stress, große Arbeitsbelastung und die so genannte *Crunch Time* sind die ständigen Begleiter der SpieleentwicklerInnen.

Die Spielekultur ist Teil der Popkultur und entwickelte, unter anderem, eigene Sprachen, Symbole und Rituale. Die „ideale“ Zielperson wird meist als weiß, heterosexuell und männlich assoziiert, was allerdings aufgrund des Wachstums und der Entwicklung dieser Kultur regelmäßig kritisiert und infrage gestellt wird. Die sozialen Interaktionen innerhalb dieser Welten wirken sich auch auf das echte Leben aus, beispielsweise in Bezug auf Beziehungen. Der Zusammenschluss von SpielerInnen zu Gilden kann dazu beitragen, Freundschaften und Beziehungen zu bilden, die auch außerhalb der Spielewelt existieren. Neben dieser sozialen Kopplung von virtueller und realer Welt, lassen sich diese außerdem noch in der Ökonomie finden, beispielsweise in Bezug auf Auktionshäuser, sei es innerhalb oder außerhalb des Spiels, wo mit virtuellen Gütern und Echtgeld gehandelt wird.

Neben Eltern, LehrerInnen oder FreundInnen tragen heutzutage Medien massiv zur Bildung der geschlechtsspezifischen Identität bei. Sie können einerseits die gängigen traditionellen Darstellungen von Rollenbildern und Klischees von Frau und Mann verbreiten und festigen oder andererseits mit alternativen Abbildungen von Geschlechtern diese Vorstellungen aufbrechen. Besonders Rollenspiele bieten den NutzerInnen die Möglichkeit in verschiedene Rollen zu schlüpfen und ihre Geschlechtsidentitäten zu wechseln. Avatardarstellung ist hier ausschlaggebend, da Spielende entsprechend dieser Repräsentation ihren Spielstil anpassen. Deshalb ist Hypersexualisierung ein großes Thema, da weibliche Avatare oftmals anders „behandelt“ werden als männliche, ungeachtet dessen, wer sich wirklich hinter der Figur verbirgt. Wenn ein Spielecharakter jene

Identität annimmt, die die Spielerin oder der Spieler haben möchte, wird von „projizierter Identität“ gesprochen. Die virtuelle Identität fusioniert sich hier mit der realen, jedoch bedeutet dies nicht, dass Spielende, die durch einen Charakter handeln, gleichzeitig für ihren Charakter denken. Da Identifikation ununterbrochen schwankt, kann kein/e SpieleentwicklerIn vorausplanen, welches Geschlecht sich mit welchem Geschlecht identifiziert. Wenn Weiblichkeit und Männlichkeit als Maskerade gesehen werden, dann ist einem bewusst, dass diese selbstgewählt ist. Skins helfen dabei einen gewissen Aussehen zu kreieren, der frei von allen körperlichen und materiellen Grenzen ist. Durch sie schaffen sich SpielerInnen eine zweite Identität, mit der sie in Onlinegames und –räumen agieren.

Der Schwerpunkt dieser Arbeit liegt auf Frauen und Computerspiele, womit sich das letzte Kapitel des Theorieteils beschäftigt. Als Mitte der 1990er Jahre Computerspiele auch die Interessen von Mädchen weckten, bot die Spielindustrie immer mehr Heldinnen an, die meist hypersexualisiert, leicht bekleidet und mit illusorischen Körperproportionen dargestellt wurden – „vollbusige Hyperfrauen“. Sie dienten als „Blickfang“ und entsprachen entweder dem klassischen Schönheitsideal oder wurden als eine Art Kindfrau gemäß dem Kindchenschema illustriert. Eine der bekanntesten Heldinnen ist Lara Croft, die als Cybergöttin bezeichnet wird und wie alle anderen Kunstfiguren nicht die Bürde des „Alt-Werdens“ mit sich trägt. Andere Frauenfiguren schlüpfen meist in die Rolle eines hilflosen oder eines fetischistischen Subjekts. Auch wenn der männliche Gegenpart ebenfalls sexualisiert wird, geraten vor allem die Frauenkörper ins Visier von vielen Feministinnen und WissenschaftlerInnen. Sie kritisieren unter anderem, dass diese mediale Geschlechterdarstellung ein Problem für junge, heranwachsende Mädchen sein könnte, aufgrund von negativer Folgen, wie beispielsweise Essstörung.

Viele Arbeitsbereiche in unserer Gesellschaft sind vielfach geschlechtsspezifisch aufgeteilt und daraus resultiert die Vorstellung über die „passende“ Arbeit für das „passende“ Geschlecht. ArbeitgeberInnen haben bewusste oder unbewusste Vorstellungen für welche Tätigkeiten Frauen oder Männer jeweils fähig sind. Beispielsweise die Kreativindustrie, die für die Produktion der Geschlechterrepräsentation verantwortlich ist, baut dabei auf kulturelle

Identitäten auf, die kulturelle Annahmen über Gender verkörpern. Die Computerspielindustrie gilt mit ihren sogenannten „Crunch Times“ als „long hours culture“, die für beide Geschlechter zwar gleich gilt, jedoch wesentlich mehr Herausforderung für Frauen darstellt. Voraussetzung für diese Art von Beruf ist eine große Identifikation mit der/dem jeweiligen ArbeitgeberIn und eine tiefe Leidenschaft für digitale Spiele, um diese harten Arbeitsbedingungen zu akzeptieren. Frauen werden in dieser Branche offiziell eher in den Hintergrund gerückt und dennoch gab es eine große Anzahl an „key females“, die wesentlich zur Produktion von großen Computerspielen beigetragen haben, wie beispielsweise Roberta Williams mit dem Spiel *Kings Quest*. Vom Jahr 2009 bis 2014 hat sich schließlich die Anzahl an weiblichen Entwicklern mit etwa 22% mehr als verdoppelt. Um die Arbeitsbedingungen für Frauen zu verbessern, wurden einige Programme und Initiativen ins Leben gerufen, wie WIGI, WIGJ und WIGSIG. Sie dienen dazu, vielfältige Informationen und Angebote zur Stärkung der Situation von Frauen in dieser Branche anzubieten. Auf der Game Developer's Conference gab es mit dem Hashtag #1ReasonToBe eine erneute Diskussionsrunde zum Thema Frauen in der Spieleindustrie, in der Frauen mit inspirierenden Statements auf Belästigungen und Diskriminierungen am Arbeitsplatz hinwiesen. Inzwischen gibt es einige Unternehmen, die jedoch eine frauenfreundliche Kultur schaffen und beide Geschlechter gleich behandeln.

Die Spiele-Fankultur ist faszinierend, vielfältig und hat eine massive, globale AnhängerInnenschaft. Es gibt zahlreiche Möglichkeiten seine „Zugehörigkeit“ zu zeigen, sei es Modifikationen (Modding), Blogs, Wikis, Besuch auf Spielemessen, Let's Plays etc. Auch die weibliche Fankultur steigt von Jahr zu Jahr und setzte sich immer mehr mit diesem Thema auseinander. Laut der ESA sind mindestens 44% aller Spielenden weiblich und haben ein Durchschnittsalter von 43 Jahren. Im professionellen Bereich, eSports, finden sich allerdings wenig Frauen. Neben diversen frauenspezifischen Spiele-Webseiten sind vor allem Cosplay-Events bei Spielerinnen sehr beliebt, bei denen sie sich wie ihre Idole verkleiden können. Allerdings wie in vielen Bereichen, hat auch die Welt der Computerspiele eine grausame Schattenseite. Besonders Frauen werden oft Opfer von Diskriminierungen und Belästigungen. Beispiele hierfür wären die Bloggerin Anita Sarkeesian, die mit ihrer Kickstarter-Kampagne „Tropes vs. Women in Video



Games“ zahlreiche Kritik bis hin zu Morddrohungen erntete, oder auch Jennifer Hepler, eine Entwicklerin von BioWare, die vorschlug, Spiele frauenfreundlicher zu gestalten und die Möglichkeit bot, homosexuelle Interessen in Computerspielen auszuleben. Besonders in der Fighting Game (oder auch Beat'em Up)-Community sind sexuelle Belästigungen und Diskriminierungen Teil der Tagesordnung. Der Wechsel einiger Frauen von der Erwachsenenfilmbranche zu den Let's Plays, brachte vermehrt negative Kritik mit sich. Da sie, wie auch manch andere, nicht das Spiel, sondern ihre weiblichen Reize zur Schau stellen, erzeugen sie ein schlechtes Bild für diejenigen Spielerinnen, die in erster Linie ihr spielerisches Können in den Vordergrund rücken wollen, da alle auf dieselbe Stufe gestellt werden. Ein weiterer negativer Trend diesbezüglich ist Swatting, bei dem Personen wegen vermeintlicher Gefahr die Polizei alarmieren, diese auf weibliche oder männliche Let's Player hetzen und alles in Echtzeit über Webcam mitverfolgen. Abgesehen davon löst der Anstieg an Casual Games ebenfalls eine Welle an Unmut bei männlichen Hard Core Gamern aus, da sie befürchten, dass das Budget für AAA-Spieltiteln gekürzt und der dadurch entstandene Zuwachs an Spielerinnen „ihre“ Spiele „verweiblicht“ werden würde.



## **8 Methodik – Ein qualitativ orientierter Forschungsansatz**

Computerspiele sind ein nach wie vor junges Forschungsgebiet. Es ist daher wichtig, sich nicht nur auf die vorhandenen Studien und Literaturen zu beschränken sondern eine Stichprobe an Spielerinnen, welche wöchentlich oder täglich regelmäßig spielerisch aktiv sind, empirisch zu erforschen. Es gibt zwar mittlerweile einige Untersuchungen zum Thema Frauen und Computerspiele, jedoch besteht nach wie vor ein hoher Forschungsbedarf zu diesem Thema. Im Mittelpunkt dieses Kapitels steht die Untersuchungsanlage und anschließend werden die Interviews ausgewertet.

Die Untersuchung soll mit Hilfe qualitativer Erhebungs- und Auswertungsverfahren durchgeführt werden. Das Forschungsinteresse liegt vor allem auf dem vertiefenden Interesse über die Frau als Computerspielerin, ihre Wahrnehmung der Rollenbilder sowie Darstellung von Weiblichkeitsmodellen und ihre Partizipation in der Fan-Community, daher scheidet ein quantitativer Ansatz aus, mit Ausnahme der soziodemografischen Daten der Interviewpartnerinnen, die mittels eines quantitativ angelegten schriftlichen Fragebogens aufgezeichnet werden sollen.

### **8.1 Forschungsfragen & Thesen**

Die Forschungsfragen und dazugehörige Thesen ergeben sich auf der einen Seite aus dem Interesse für diese Thematik und auf der anderen durch die Recherchen der Autorin. Anhand der fokussierten, leitfadengestützten Interviews mit fünf weiblichen Experten sollen die Forschungsfragen beantwortet werden. Anschließend erfolgt eine Auswertung mittels qualitativer Inhaltsanalyse.

Im Zentrum des Interesses stand vor allem, wer die Computerspielerinnen sind, was für Motive sie haben, wie sie die Rollenbilder und dargestellten Weiblichkeitsmodelle wahrnehmen, inwiefern sie sich aktiv in der Fan-Community außerhalb des Spieleakts einbringen und ob oder wie der Anstieg an Frauen die Spiele-Branche beeinflussen. Demzufolge ergaben sich folgende Forschungsfragen:

**F1:** Was sind die typischen Beweggründe für Frauen mit dem Computerspielen anzufangen?

T1.1: Die Beziehung oder der Freundeskreis können dazu beitragen, dass Frauen mit dem Computerspielen anfangen, da sie zum einen häufiger mit diesem Medium konfrontiert werden und zum anderen automatisch die Interessen des Partners oder der Partnerin beziehungsweise FreundInnen teilen wollen.

**F2:** Was muss ein Spiel mit sich bringen, damit es Frauen interessant finden?

T2.1: Frauen mögen eine ansprechende Grafik als auch Gameplay. Sind diese Komponenten in einem Spiel vorhanden, dann finden sie es ansprechend.

T2.2: Die Möglichkeit Charaktere auswählen und designen zu können kann dazu beitragen, dass Frauen das Spiel interessant finden.

**F3:** Welches Spielgenre / welche Art / Spielinhalte bevorzugen Frauen beziehungsweise lehnen sie ab und was sind die Gründe dafür?

T3.1: Frauen bevorzugen Rollenspiele, da sie gerne mit anderen zusammen spielen und in andere Rollen schlüpfen.

T3.2: Frauen sind Kriegsthemen sowie Gewaltbereitschaft eher abgeneigt und finden solche Spiele deshalb nicht ansprechend.

T3.3: Frauen mögen Spiele mit Fantasy-Geschichten, weil sie gerne in eine andere Welt eintauchen.

**F4:** Inwiefern haben sich die stereotypischen Geschlechtermerkmale von Avataren oder deren geschlechterspezifischen Rollenbilder in den letzten 5-10 Jahren verändert?

T4.1: Stereotypische Geschlechtermerkmale von Avataren haben sich verbessert, da sie realistischer dargestellt werden.

T4.2: Die geschlechterspezifischen Rollenbilder haben sich in den letzten 5-10 Jahren verbessert, indem es auch sehr viel mehr weibliche Charaktere in Hauptrollen gibt, die selbstbewusster dargestellt werden.

**F5:** Welche Attribute müssen weibliche Spielcharaktere besitzen, damit sie für Frauen ansprechend sind? Welche sprechen Frauen nicht an?

T5.1: Weibliche Charaktere müssen realistisch dargestellt werden, damit sie Frauen ansprechend finden.

T5.2: Hypersexualisierte Frauenkörper sprechen Frauen nicht an, da sie diese abschreckend finden.

T5.3: Der weibliche Charakter muss trotz realistischer Darstellung, einem gewissen Schönheitsideal entsprechen, sonst wird dieser Frauen nicht gefallen.

**F6:** Welche Präferenzen bei der Auswahl des Geschlechts haben Spielerinnen, wenn die Fähigkeiten der Charaktere unterschiedlichen oder gleichen sind?

T6.1: Frauen werden sich für den weiblichen Avatar entscheiden, ungeachtet dessen, ob die Fähigkeiten gleich oder unterschiedlich sind.

T6.2: Männliche Charaktere werden von Frauen eher wenig ausgewählt, da sie diese nicht ansprechend finden.

**F7:** Inwiefern ist den Spielerinnen die Möglichkeit wichtig einen weiblichen Charakter auswählen zu können und sich mit dieser Figur zu identifizieren?

T7.1: Frauen werden sich für einen weiblichen Avatar entscheiden, weil sie sich besser mit diesem identifizieren können.

T7.2: Frauen können sich besser mit einem weiblichen Avatar identifizieren als mit einem männlichen.

**F8:** Wie und wo sehen Spielerinnen das Thema Diskriminierung in der Fankultur?

T8.1: Diskriminierung ist nach wie vor vorhanden, jedoch deutlich weniger geworden.

T8.2: Beim Genre Shooter gibt es die meisten Diskriminierungen, da es sich hier um eine Männerdomäne handelt und Frauen oftmals nicht erwünscht sind.

T8.3: Weibliche Let's Player werden weniger akzeptiert und diskriminiert als männliche.

**F9: Wie wird die Rolle der Frau in der Fankultur eingeschätzt?**

T9.1: Die Rolle der Frau wird positiv eingeschätzt, da es immer mehr Frauen in dieser Fankultur gibt. Frauen werden mehr akzeptiert, da sie präsenter sind und als ein Teil der Fankultur angesehen werden.

T9.2: Cosplay ist bei Frauen beliebter als bei Männern, da sie gerne im Mittelpunkt stehen und sich präsentieren.

**F10: Inwiefern beeinflusst der wachsende Anteil an Frauen in der Gaming-Branche die Spielindustrie sowie Fankultur?**

T10.1: Der wachsende Anteil an Frauen in der Industrie ist dafür verantwortlich, dass weibliche Figuren realistischer dargestellt werden.

T10.2: Die Fankultur wandelt sich von einer Männerdomäne zu einer genderfreien Domäne.

## **8.2 Erhebungsverfahren**

### **8.2.1 ExpertInneninterview**

ExpertInneninterviews sind in fast jedem Bereich der sozialwissenschaftlichen Disziplinen Kernbestand alltäglicher Forschungs routinen, entweder im Zuge ergänzender oder explorativer Erhebungen im Kontext verschiedener (qualitativ oder quantitativ angelegter) Forschungsdesigns oder als eigenständige Erhebungsmethode.<sup>321</sup>

---

<sup>321</sup> vgl. Bogner/Litting/Menz 2014, S. 1

Bogner, Litting und Menz (2014) sehen ExpertInneninterviews in ihrem Buch als eine Methode qualitativer Sozialforschung. Es geht bei dieser Methode weniger um die Erhebung von Fakten, sondern es wird der Fokus auf die Rekonstruktion subjektiver Interpretationen und Deutungen gelegt. Des Weiteren ist eine zweite wichtige Funktion von ExpertInneninterviews die Informationsgewinnung.<sup>322</sup>

Es besteht in der Methodenliteratur nach wie vor keine Einigung darüber, dass das ExpertInneninterview zu den genuin qualitativen Verfahren zählt und dafür gibt es eine Reihe von Begründungen: Sie gelten oftmals als hemdsärmeliges angewandtes Werkzeug zur schlichten Informationsgewinnung vom Typ „Quick and Dirty“. Diese scheinbar pragmatische Methode wird vor allem aus forschungsökonomischen Gründen gewählt. Die Annahme lautet deshalb:

„Sofern die angefragten Experten „Kristallisationspunkte“ relevanten Insiderwissens sind, ersparen sich die Forscherinnen mit diesen Interviews lange Wege.“<sup>323</sup>

Die versprochene Erfolgsgarantie besagt, dass die ExpertInnen, die Interviews gewöhnt sind, sich leicht mobilisieren lassen, viel wissen und sich gut artikulieren können. Allerdings bleibt das ExpertInneninterview in dieser Perspektive auf ein „informatorisches Interview“ beschränkt.<sup>324</sup>

Das leitfadenbasierte ExpertInneninterview gilt bei vielen Vertretern qualitativer Methoden als zu sehr standardisiert. Grund dafür ist die angeblich starke thematische Zentrierung und eine klar strukturierte Gesprächsführung von Bedeutung, dass ExpertInneninterviews den üblichen qualitativen Idealen von Nicht-Beeinflussung und Offenheit des männlichen oder weiblichen Interviewpartners häufig nicht entsprechen. Hinzu kommt noch, dass manche Erhebungsformen klar standardisierte Züge aufweisen, wie zum Beispiel die Delphi-Methode.<sup>325</sup>

Erschwert kommt hinzu, dass gewöhnlich viel unter dem Begriff des ExpertInneninterviews gefasst wird. Von quantitativ orientierten Verfahren über Konzeptionalisierung des weiblichen oder männlichen Experten als eine Art von

---

<sup>322</sup> vgl. Bogner/Litting/Menz 2014, S. 1f

<sup>323</sup> Bogner/Litting/Menz 2014, S. 2

<sup>324</sup> vgl. Bogner/Litting/Menz 2014, S. 2f

<sup>325</sup> vgl. Bogner/Litting/Menz 2014, S. 3

InformationslieferantIn bis hin zu dem theoretisch anspruchsvollen, bestimmten orientierten Ansatz von Meuser und Nagel (2005). Es gibt zwar inzwischen mehrere Versuche dem ExpertInneninterview eine solide theoretisch-methodologische Fundierung zu verleihen, jedoch gilt wohl immer noch der Satz: „Das Experteninterview gibt es nicht.“<sup>326</sup>

Die Debatte zum ExpertInneninterview lässt sich ausschließlich im qualitativen Paradigma wieder finden, denn nur hier hat sich eine eigenständige, thematisch fokussierte Diskussion um dieses Verfahren entwickelt.<sup>327</sup>

„Wenn man Bücher kauft, die irgendwo „Experteninterview“ im Titel tragen, dann geht es prinzipiell um die Durchführung leitfadengestützter, qualitativer Interviews.“<sup>328</sup>

Trotz der großen Bedeutung dieser Vorgehensweise hat es noch nicht jene unverwechselbare Form angenommen, die es zu einer kanonischen Methode innerhalb der qualitativen Sozialforschung machen würde, was jedoch auch von Vorteil sein kann, den es nötigt dazu, das Instrument ExpertInneninterview dem jeweiligen Forschungsvorhaben anzugleichen.<sup>329</sup>

### **8.2.1.1 ExpertInnen**

ExpertInnen sind heute nicht mehr Objekt gesellschaftsdiagnostisch ansetzender, weitreichender Überlegungen, sondern kommen in erster Linie als Gegenstand *empirischer* Forschung in den Fokus der Sozialwissenschaften, was heißt:

„Experten werden nicht nur als abstrakte Funktionsinhaber und Träger bestimmter Herrschaftsstrukturen betrachtet, sondern als konkrete soziale Akteure mit spezifischen Handlungs- und Professionslogiken.“<sup>330</sup>

Die Bestimmung des Expertenbegriffs muss danach fragen, ob es Eigentümlichkeit gibt, die das ExpertInnenwissen und –handeln von anderen Arten sozialen Handelns und Wissens, besonders vom Alltagswissen und –handeln unterscheidet.

---

<sup>326</sup> Bogner/Litting/Menz 2014, S. 3

<sup>327</sup> vgl. Bogner/Litting/Menz 2014, S. 3

<sup>328</sup> Bogner/Litting/Menz 2014, S. 3

<sup>329</sup> vgl. Bogner/Litting/Menz 2014, S. 3

<sup>330</sup> Bogner/Litting/Menz 2014, S. 4



„Eine Person wird im Rahmen eines Forschungszusammenhangs als Experte angesprochen, weil wir wie auch immer begründet annehmen, dass sie über ein Wissen verfügt, das sie zwar nicht notwendigerweise alleine besitzt, das aber doch nicht jedermann in dem interessierenden Handlungsfeld zugänglich ist.“<sup>331</sup>

Das ExpertInneninterview zielt auf diesen Wissensvorsprung und somit verbindet sich die forschungspragmatische Bestimmung dessen mit einer wissenssoziologischen Perspektive und verweist auf den Unterschied zwischen Laie und ExpertIn. Es ist zu beachten, dass nicht jede Person, die etwas aufgrund eigener Beobachtung und Erfahrung zu berichten hat, als ExpertInnen interviewt werden kann.<sup>332</sup>

Für uns sind ExpertInnen insofern methodisch interessant, da wir davon ausgehen, dass das ExpertInnenwissen essentiell ist für das „Funktionieren“ der modernen Gesellschaften. Beiträge aus der Wissenschaftssoziologie, mit einer stärker empirischen Orientierung, haben deutlich gemacht, dass das ExpertInnenwissen keinesfalls so einmütig, eindeutig und systematisch ist, wie wir uns das oftmals vorstellen und daher ist es auch nicht dem Laienwissen überlegen. In dem Moment, an dem die „natürliche“ Autorität der weiblichen oder männlichen Experten immer stärker untergraben wird, werden sie als Gegenstand der empirischen Forschung zunehmend wichtiger – und damit auch das ExpertInneninterview.<sup>333</sup>

Der Leitfaden für das ExpertInneninterview wird im folgenden Kapitel behandelt.

### **8.2.2 Der Leitfaden**

Es wurde bei der Auswahl der Fragen vor allem darauf geachtet, dass sie möglichst einfach und verständlich formuliert wurden um etwaige Missverständnisse oder „Themenverfehlungen“ möglichst zu vermeiden. Die Fragen wurden so offen wie möglich gehalten, sodass die Probandinnen frei und möglichst ohne Beeinflussung antworten können. Wenn eine Frage seitens der Interviewpartnerinnen nicht verstanden wurde oder sich eine andere

---

<sup>331</sup> Meuser/Nagel 2009, S. 467

<sup>332</sup> vgl. Meuser/Nagel 2009, S. 467f

<sup>333</sup> vgl. Bogner/Litting/Menz 2014, S. 4

Formulierung besser in die Gesprächssituation eingefügt hat, wurde diese umformuliert oder ergänzt.

Anfangs wurde ein Pretest durchgeführt, bei dem die Fragen auf ihre Verständlichkeit überprüft worden sind. Manche wurden daraufhin umformuliert und andere aus dem Leitfaden entfernt, sofern sie nicht relevant erschienen sind.

Für die Beantwortung der Forschungsfragen wurde im Zuge der Leitfadenerstellung auf fünf Fragenkomplexe eingegangen, die sich wie folgt beschreiben lassen:

1. Motive
2. Spielpräferenzen
3. Rollenbilder und Repräsentation von Charakteren
4. Weibliche Fankultur
5. Frauen und der Spielemarkt

### **Motive**

- Was hat Sie dazu bewegt, mit dem Computerspielen anzufangen? Was glauben Sie, sind die typischen Beweggründe, die Frauen zum Computerspielen anregen?
- Was glauben Sie muss ein Spiel mit sich bringen, dass es Frauen interessant finden?

### **Spielpräferenzen**

- Welches Spielgenre / welche Art von Games bevorzugen Ihrer Meinung nach Frauen und warum? Welche bevorzugen Sie?
- Was glauben Sie, welche Spielinhalte oder -themen sind für Frauen völlig uninteressant und warum?

### **Rollenbilder und Repräsentation von Charakteren**

#### *Stereotype*

- Denken Sie an die letzten 5-10 Jahre: Haben Sie den Eindruck, dass sich bei der Darstellung von männlichen und weiblichen Charakteren bezüglich der Stereotypisierung etwas verändert hat? Wenn ja, haben Sie Beispiele?

- Bezüglich stereotypischen Geschlechterrollenbildern: Hat sich Ihrer Meinung nach in den letzten 5-10 Jahre etwas verändert? Wenn ja, haben Sie Beispiele?

### *Charakterkonstruktion der Spielfiguren*

- Wie sollte Ihrer Meinung nach ein weiblicher Avatar dargestellt werden, damit er Frauen gefällt?
- Welche Attribute bei weiblichen Avataren, glauben Sie, finden Frauen eher abschreckend?
- Wenn Sie die Möglichkeit hätten, einen weiblichen Charakter ohne Einschränkungen zu kreieren, wie würde dieser aussehen?

### *Identifikation*

- Sofern die Fähigkeiten gleich sind, glauben Sie, gibt es bezüglich der Auswahl des Geschlechts bei weiblichen Spielern Vorlieben? Wenn ja, welche und an was könnte dies liegen? Was trifft auf Sie zu?
- Wie wichtig ist Ihnen die Möglichkeit einen weiblichen Charakter zu spielen und ist es Ihnen ein Anliegen sich auch mit diesem identifizieren zu können?
- Was glauben Sie, wenn Geschlecht als auch Fähigkeiten der Avatare unterschiedlich sind, nach welchem Kriterium würden Spielerinnen ihre Entscheidung bei der Auswahl treffen? Wie sieht es mit Ihnen aus?

### **Weibliche Fankultur**

- Was fasziniert Sie an der gesamten Gaming-Fankultur und Community im Allgemeinen?
- Wie schätzen Sie die Rolle von Frauen in der Fankultur ein?
- Inwiefern und in welchen Bereichen der Fankultur, glauben Sie, werden Frauen am meisten diskriminiert? Haben Sie Beispiele?
- Inwiefern sind Sie außerhalb des Computerspielens aktiv in die Fankultur involviert?
- Wo sehen Sie die geschlechtlichen Unterschiede in der Ausübung der Fankultur? Können Sie Beispiele nennen?

## Frauen und der Spielmarkt

- Inwiefern, glauben Sie, beeinflusst der wachsende Anteil an Frauen in der Gaming-Branche einerseits die Spieleindustrie und andererseits die Fankultur?

Da Probandin GAM(5) in der Spieleindustrie arbeitet und die diesjährigen Gamescom besuchte, wurden ihr aus besonderem Interesse der Forscherin zwei weitere Fragen gestellt:

- Wie haben Sie die Gamescom bezüglich der Frauenrolle empfunden?
- Wie sehen Sie ihre Position als Frau in der Gaming-Branche?

Für einen besseren Ausblick wurde allen Probandinnen am Ende des Interviews noch eine Abschlussfrage gestellt:

- Wo sehen Sie die Zukunft der Spielerinnen bei Spieleentwicklung?
- Haben Sie einen persönlichen Wunsch an die derzeitige Spieleentwicklung?

### 8.2.3 Interviewverhalten und Erhebungssituation

Die Interviews mit den Gamerinnen wurde im Rahmen von persönlichen face-to-face Befragungen durchgeführt, wobei der Ort der Befragung von Person zu Person variierte, vom eigenen Heim bis hin zu Internettelefon-Anbietern wie Skype<sup>334</sup> oder Facebook-Messenger<sup>335</sup>. Innerhalb des Untersuchungszeitraumes (August 2015) wurden 5 Interviews geführt, welche im Durchschnitt eine Länge von 34 Minuten hatten. Aufgezeichnet wurden diese mit der Smartphone-Applikation „Audio Recorder“ von Sony.

Die Interviews wurden einmalig mit Einzelpersonen von der Interviewerin durchgeführt und dabei wurde darauf geachtet einen möglichst neutralen Stil einzuhalten. Hierbei ist es essentiell die eigenen Einstellungen zum

---

<sup>334</sup> Skype gehört zum Microsoft-Konzert und ist eine kostenlose Software, die das (Video-) Telefonieren über Computernetzwerke, oder auch Smartphone, ermöglicht. Zusätzlich unterstützt das Programm auch Chatfunktionen, Dateiübertragungen und Screen-Sharing. (<http://www.skype.com/de/about/> aufgerufen am 18. August 2015)

<sup>335</sup> Seit 2015 ist es möglich über das soziale Netzwerk Facebook, mit Hilfe des Applikation Facebook-Messenger, ähnlich wie bei Skype, Videoanrufe durchzuführen. (<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/facebook-messenger-videotelefonie-und-anruferkennung-a-1035180.html>, aufgerufen am 18. August 2015)

Untersuchungsgegenstand sowie Missbilligungen und Enthusiasmus zu verbergen. Trotz dessen ist es wichtig als Interviewer Interesse an den Äußerungen der Befragten bis zu einem gewissen Grad zu zeigen und eine Gesprächsatmosphäre des freundlichen Gewährenlassens herzustellen.<sup>336</sup>

Zu Beginn der Interviews wurde neben dem Ablauf der Befragung auch das Ziel der Magisterarbeit und das persönliche Interesse der Autorin erklärt. Alle Probandinnen wurden im Vorfeld ihrer Anonymität versichert.

#### **8.2.4 Erhebung allgemeiner Rahmendaten**

Mit Hilfe eines standardisierten, schriftlichen Fragebogens wurden die demografischen Daten der Befragten erhoben und soll Aufschluss über einen Teil des persönlichen Hintergrundes der Spielerinnen geben. Die erhobenen Daten dienten während des Interviews als Einstieg in das Gespräch, da der Fragebogen stets vor dem Interview von den Probandinnen ausgefüllt wurde. Zur Beschreibung der Untersuchungsgruppe wurden diese schließlich statistisch ausgewertet.

#### **8.2.5 Charakterisierung der Untersuchungsgruppe**

Bei der Auswahl der Probandinnen war es von Bedeutung, dass sie zu diesem Zeitpunkt entweder Onlinespiele spielen oder zumindest für ein paar Jahre gespielt haben sowie mit der Fan-Community vertraut sind. Im Vorhinein wurde daher ermittelt, welche Computerspiele sie im Moment spielen beziehungsweise in den letzten Jahren häufig gespielt haben, um einen ersten Einblick von den spielerischen Vorlieben zu erhalten. Sie sollten daher mit dem Medium Computerspiele vertraut sein und über eine mindestens zweijährige Spieleerfahrung verfügen. Die Kontaktaufnahmen erfolgte über die Social Media-Plattform Facebook und enthielt neben der kurzen Angabe zur Person der Autorin, einen groben Überblick über das Forschungsthema sowie das Ziel der Magisterarbeit.

Die Probandinnen stammten aus Österreich und Deutschland und wurden über Bekannte und Freunde über Facebook angesprochen. Alle Spielerinnen waren der Autorin im Vorfeld persönlich nicht bekannt. Ein Mindestalter von 18 Jahren

---

<sup>336</sup> vgl. Atteslander 2003, S. 152

wurde ebenfalls festgelegt, da es bei der verwendeten Methode zu Schwierigkeiten kommen könnte, da jüngere SpielerInnen häufig noch nicht über die erforderlichen Verbalisations- und Reflexionsfähigkeiten verfügen, die hier erforderlich sind.

Da sich bei einer Probandin beim Vorstellungsgespräch herausstellte, dass sie in der Gaming-Branche tätig ist und auch die weltweit größte Gamescom besucht hat, wurden ihr wie bereits in Kapitel 8.2.2 erwähnt, neben dem vorgefertigten Leitfadeninterview zusätzliche Fragen gestellt.

## **8.3 Auswertung**

### **8.3.1 Die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring**

Für die Auswertung der ExpertInneninterviews fiel die Wahl auf die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring, da sie für die Informationsgewinnung am besten geeignet ist. Sie konzentriert sich sozusagen auf Information, was heißt, dass das Wissen der ExpertInnen als eine Ansammlung von Informationen konzeptualisiert wird. Es geht darum soziale Sachverhalte zu rekonstruieren, was bedeutet: die Wahrheit über bestimmte Prozesse beziehungsweise Zustände herauszufinden. Im Zentrum steht der Versuch, über die systematische Analyse und den Vergleich der gewonnenen Informationen, Kausalabhängigkeiten aufzudecken.<sup>337</sup>

Mayring (2010) hat die Merkmale der Inhaltsanalyse in sechs Punkte zusammengefasst:

1. Kommunikation analysieren, indem die Inhaltsanalyse Kommunikation zum Gegenstand hat, jedoch nicht nur Sprache, sondern auch Bilder, Musik etc.
2. Fixierte, oder auch „protokollierte“, Kommunikation analysieren
3. Sie geht systematisch vor
4. und ist regelgeleitet, um das Verstehen, die Nachvollziehbarkeit und Überprüfung zu gewährleisten.

---

<sup>337</sup> vgl. Bogner/Litting/Menz 2014, S. 72f

5. Eine gute Inhaltsanalyse zeichnet sich auch dadurch aus, dass sie theoriegeleitet vorgeht. Dabei analysiert sie Material unter einer theoretisch ausgewiesenen Fragestellung.
6. Sie will ihr Material als Teil des Kommunikationsprozesses analysieren, um schließlich Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation zu ziehen.<sup>338</sup>

Ziel der Auswertung ist es, die Interviewtexte so „umzubauen“, dass sie zu einer soliden Informationsbasis werden, um die Forschungsfragen beantworten zu können. Die Anwendung eines Kategoriensystems steht dabei im Zentrum dieses Konzepts.<sup>339</sup> Diese werden in einem Wechselverhältnis zwischen Theorie und dem konkreten Material entwickelt, durch Zuordnungs- und Konstruktionsregeln definiert und während der Analyse überarbeitet sowie rücküberprüft. Auch quantitative Analyseschritte können in die einzelnen Techniken eingebaut werden, da die Ergebnisse schließlich in Richtung der Hauptfragestellung interpretiert und die Aussagekraft der Untersuchung anhand der inhaltsanalytischen Güterkriterien eingeschätzt werden.<sup>340</sup>

Das Ablaufmodell der qualitativen Inhaltsanalyse gliedert Mayring (2010) in 11 Stufen:

---

<sup>338</sup> vgl. Mayring 2010, S. 12f

<sup>339</sup> vgl. Bogner/Litting/Menz 2014, S. 73

<sup>340</sup> vgl. Mayring 2010, S. 59

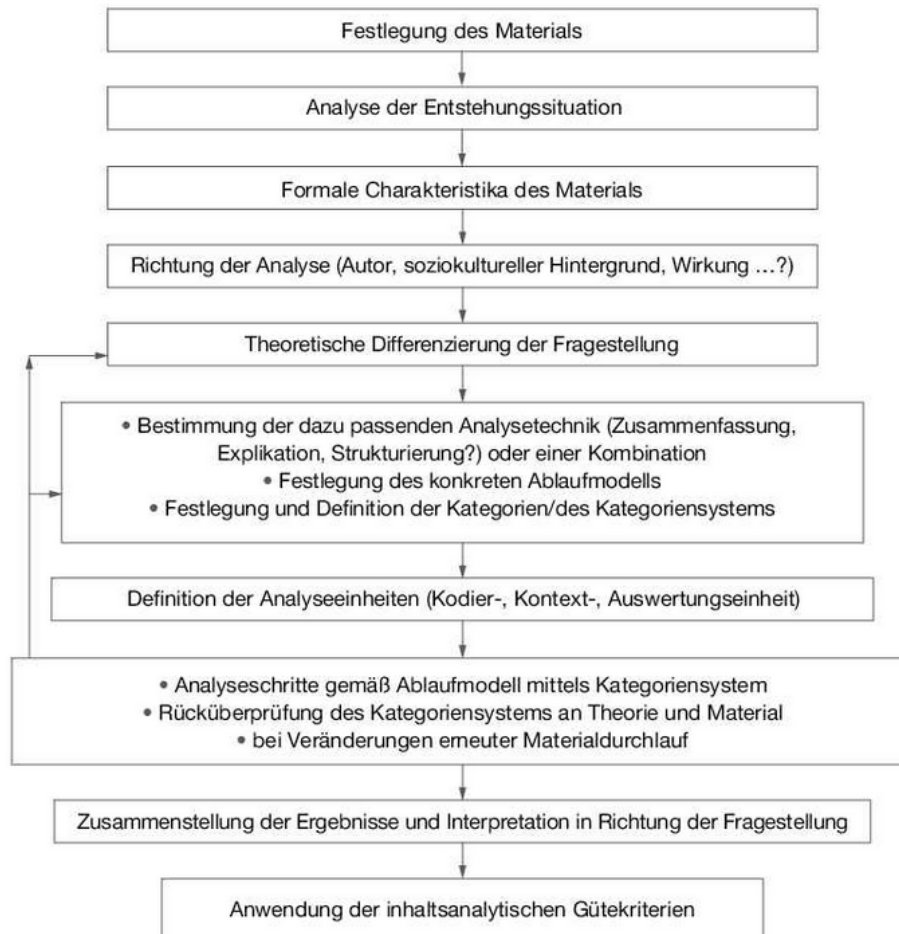


Abbildung 1: Allgemeines inhaltsanalytisches Aufbaumodell nach Mayring<sup>341</sup>

Mayring schlägt zusätzlich drei Grundformen der qualitativen Inhaltsanalyse vor:

*Zusammenfassung:* Das Ziel ist hier, das Material so zu kürzen, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben und durch Abstraktion einen überschaubaren Körper schaffen, der immer noch Abbild des Grundmaterials ist.

*Explikation:* Hier soll zu einzelnen fraglichen Textteilen zusätzliches Material herangezogen werden, das unter anderem Verständnis erweitert.

*Strukturierung:* Ziel ist es, bestimmte Aspekte aus dem Material herauszufiltern, unter vorher festgesetzten Ordnungskriterien einen Querschnitt durch das Material zu legen oder das Material aufgrund spezifischer Kriterien einzuschätzen.<sup>342</sup>

<sup>341</sup> Mayring 2010, S. 60

<sup>342</sup> vgl. Mayring 2010, S. 65



Diese drei Varianten können entweder als Mischform oder getrennt voneinander für die Analyse herangezogen werden. Im Rahmen dieser Arbeit ist jedoch nur das Verfahren der Strukturierung relevant. Mayring unterscheidet bei der strukturierenden Inhaltsanalyse vier Varianten:

*Formale Strukturierung:* Hier soll nach formalen Strukturierungsgesichtspunkten eine innere Struktur herausgefiltert werden.

*Inhaltliche Strukturierung:* Zu diesem Zweck wird das Material zu bestimmten Inhaltsbereichen extrahiert und zusammengefasst.

*Typisierende Strukturierung:* Ziel ist es hier, auf einer Typisierungsdimension nach einzelnen markanten Ausprägungen im Material zu suchen und diese genauer zu beschreiben.

*Skalierende Strukturierung:* Diese versucht das Material nach Dimensionen in Skalenform einzuschätzen.<sup>343</sup>

Für die Auswertung dieser Forschungsarbeit entschied sich die Autorin für die inhaltliche Strukturierung. Wichtig ist dabei die Erstellung eines Kategoriensystems, die in diesem Fall deduktiv vorgenommen wurde. Im Gegensatz zur induktiven, wird hier das Hauptkategoriensystem vorab festgelegt. Ziel ist es hierbei, wie erwähnt, alle Textbestandteile, die mit den Kategorien in Zusammenhang gebracht werden können, systematisch aus dem untersuchten Material zu extrahieren.<sup>344</sup>

### **8.3.2 Aufbereitungs- und Auswertungsverfahren**

Nach der Aufnahme aller Interviews mit einem digitalen Aufnahmegerät, wurde sie für die Auswertung nach festgelegten Regeln (siehe Anhang) in voller Länge transkribiert. Vor jedem Interview wurde ein kurzer Smalltalk betrieben, um die Atmosphäre ein wenig aufzulockern und dabei wurde den Probandinnen ihre Anonymität im Zuge dieser Forschung versichert. Aufgrund dessen werden auch keine Namen in den Transkripten oder in der Ergebnisdarstellung aufscheinen. Danach wurden sie gebeten einen kurzen Fragebogen über ihre demographischen Daten auszufüllen. Die Auswertung erfolgte mit Hilfe der

---

<sup>343</sup> vgl. Mayring 2010, S. 66

<sup>344</sup> vgl. Mayring 2010, S. 66

zusammenfassenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring und der induktiven Kategorienbildung.<sup>345</sup>

Folgende Kategorien haben sich daraus ergeben:

1. Persönlicher Hintergrund
  - a. Soziodemographie
  - b. Motive
  - c. Spielpräferenzen
2. Rollenbildern und Darstellung von Geschlechterstereotypen
  - a. Stereotyp
  - b. Charakterkonstruktion
  - c. Identifikation
3. Fankultur
  - a. Auslebung
  - b. Diskriminierung
4. Frauen und der Spielemarkt
  - a. Einfluss des wachsenden Frauenanteils auf die Spieleindustrie und –Community
  - b. Frauenrolle in der Spieleindustrie

An dieser Stelle sei gesagt, dass die beiden Kategorien „Zukunft der Frauen“ und „Wunsch“ erst beim Ausblick berücksichtigt werden

Eine ausführliche Operationalisierung dieser Kategorien erfolgt im Zuge der Ergebnisdarstellung im nächsten Kapitel.

---

<sup>345</sup> siehe Kapitel 8.3.1

## **9 Forschungsergebnis**

Die Auswertungen der Interviews und die Ergebnisdarstellung der einzelnen Kategorien folgen in diesem Kapitel. Als Erstes werden die Ergebnisse bezüglich der Forschungsfragen und der fünf definierten Dimensionen dargestellt, auch mit Berücksichtigung auf den theoretischen Teil der Arbeit. Im Anschluss werden zusätzlich gewonnene Erkenntnisse zusammengefasst, denn sie können interessante Ansätze über das Phänomen der Computerspielerinnen liefern und dürfen aus diesem Grund im Zuge der Präsentation nicht übergangen werden.

Im Vorfeld sei darauf hingewiesen, dass die vorliegenden Ergebnisse der Forschung nicht als repräsentativ zu verstehen sind. Sie dienen lediglich als Forschungsansätze in Bezug auf die Frau als Computerspielerin mit ihrem persönlichen Hintergrund und Motiv, ihre Wahrnehmung von Rollenbildern sowie Darstellung von Weiblichkeitsmodellen. Des Weiteren wird auf die Rolle von Frauen in der Fankultur eingegangen und ein Überblick darüber gegeben, wie die berufliche Situation der Frau in der Computerspielbranche aussieht.

### **9.1 Persönlicher Hintergrund**

#### **9.1.1 Soziodemografie**

Zunächst werden in der folgenden Tabelle die soziodemografischen Daten der befragten Spielerinnen dargestellt, um zum Teil Aufschluss über deren persönlichen Hintergrund zu geben. Insbesondere der Aspekt des Bildungsniveaus ist dabei von großem Interesse, da er aufzeigen kann, aus welchem sozialen Milieu die Frauen stammen könnten.

<b>Spielerin</b>	<b>Alter</b>	<b>Bildung</b>	<b>Beruf</b>	<b>Familienstand</b>
GAM1	25	Fachhochschulreife	Angestellte Sozialbetreuerin	In einer Beziehung Keine Kinder
GAM2	22	Hauptschulabschluss	Angestellte Studioproduzentin	In einer Beziehung Keine Kinder
GAM3	24	Berufsbildende höhere Schule	Studentin Germanistik Geringfügige Beschäftigung Promotion	In einer Beziehung Keine Kinder
GAM4	31	Universitätsabschluss Master	Angestellte Online-Marketing	In einer Beziehung Keine Kinder
GAM5	27	Universitätsabschluss Bachelor	Studentin Europäische Medien Angestellte Projektmanagement; International Games Week Berlin	In einer Beziehung Keine Kinder

**Tabelle 1:** Soziodemografie der Spielerinnen

Aus der Tabelle wird ersichtlich, dass die Probandinnen zwischen 22 und 31 Jahre alt sind. Der Bildungsstand ist hier sehr unterschiedlich, was aufzeigen kann, dass es keinen Zusammenhang zwischen dem generellen Interesse für Computerspiele und dem Bildungsniveau gibt. Allerdings ist dies aufgrund der geringen Anzahl der Probandinnen nicht repräsentativ für die Grundgesamtheit der Spielerinnen.

Des Weiteren sei erwähnt, dass alle Befragten, auch jene, die einem Studium nachgehen, beruflich tätig sind. Trotzdem hat dies beinahe keine Auswirkungen auf das Computerspielen. Nach den vorliegenden Ergebnissen gibt es keinen Zusammenhang zwischen Berufssparte und Spielinteresse.

Alle befragten Spielerinnen sind in einer Beziehung und zwei geben an, dass sie wegen ihrem (Ex-)Partner mit dem Spielen begonnen haben. Näheres dazu im nächsten Abschnitt.

### 9.1.2 Motive

Unter Motive sind die Beweggründe der Spielerinnen für das Computerspielen zu verstehen. In diesem Kapitel soll festgestellt werden, was Frauen dazu bewegt, mit dem Computerspielen anzufangen und welche Attribute ein Spiel vorweisen muss, damit es ihnen gefällt.

Entgegen einiger Untersuchungen, die feststellten, dass Frauen wegen männlichen Personen in der Familie in der Regel weniger Zugang zu Computerspielen haben, berichteten vier der fünf Befragten, dass sie schon seit ihrer Kindheit Videospiele spielen und durch ihren Bruder oder Vater dazu motiviert wurden.<sup>346</sup> Zwei davon können sich auch gut vorstellen, dass andere Spielerinnen ebenfalls durch diesen familiären Grund auf dieses Hobby gestoßen sind. Beinahe alle nennen die Beziehung beziehungsweise den Freundeskreis als Motiv Gefallen daran zu finden. GAM(1) wurde dadurch beispielsweise auch angespornt.<sup>347</sup> GAM(4) merkt noch an:

*„Ich glaube nicht, dass es Frauen gibt, die sich denken „So, ich fange jetzt zum Computerspielen an, weil ich den Männern etwas auswischen möchte.““<sup>348</sup>*

In Kapitel 4.1 wurde aufgelistet, welche Faszination Computerspiele von damals bis heute ausübten. Wie auch in der Theorie wurden Zufall, Spaß und Langeweile ebenfalls als Beweggründe genannt, jedoch nur je einmal.<sup>349</sup> Wie in Kapitel 4.5 ebenfalls erwähnt, geht GAM(5) davon aus, dass Partyspiele, wie die Spielekonsole *Nintendo Wii U* und die *Singstar-Reihe*, auch ein Grund sein könnten für Frauen, mit dem Spielen anzufangen, ebenso wie die heutigen Handyspiele.<sup>350</sup>

Es wurden einige Punkte genannt, die dazu beitragen können ein Computerspiel für Frauen ansprechend zu gestalten. Beispielsweise sollte die Story fesselnd sein, wie GAM(3) erklärte:

---

<sup>346</sup> vgl. Kapitel 2.3

<sup>347</sup> vgl. GAM(1), Zeile 19-20

<sup>348</sup> GAM(4), Zeile 30-32

<sup>349</sup> vgl. Kapitel 4.1

<sup>350</sup> vgl. GAM(5), Zeile 20-22

*„[...] die Story haut mich von den Socken. Bei Rollenspielen oder Japano-Rollenspielen, wo ich einfach anfangen und die ganze Welt strömt in mich herein, fällt über mich her oder man kommt einfach nicht davon los, fesselt es mich richtig. Es fesselt mich auch das Gameplay und alles aber hauptsächlich die Story.“<sup>351</sup>*

GAM(1) erklärt jedoch, dass für sie die Story einen eher niedrigen Stellenwert hat und bezieht dies auch auf die Allgemeinheit.<sup>352</sup>

Den Probandinnen ist es Großteils wichtig die Möglichkeit zu haben, den Charakter auszuwählen (u.a. das Geschlecht) sowie selber designen zu können, wie zum Beispiel Haarfarbe, Gesicht oder sogar Stimme. Obendrein sollte das Spiel noch ein gutes Gameplay haben und leicht verständlich sein. Eine ansprechende Grafik ist ebenfalls sehr von Vorteil.

In Kapitel 6.1 und 6.3.2 wurde erwähnt, dass Mädchen und Frauen weniger wettbewerbsorientiert sind und das Miteinanderspielen mehr bevorzugen, wie auch GAM(4) bestätigte:

*„Gegeneinander ist jetzt nicht so meins, eher das miteinander Spielen macht mehr Spaß.“<sup>353</sup>*

### **9.1.3 Spielpräferenzen**

Die Vorlieben bezüglich Spielgenres können dazu beitragen, ein nahezu vollständiges Bild über die Frau als Spielerin und ihre Spielinteressen zu erhalten. In Kapitel 6.3.2 wurden bereits einige Genrepräferenzen, sowie die geschlechtlichen Unterschiede erläutert, auf die sich die vorliegende Forschungsarbeit stützt. Es wurde jedoch im Vorfeld nicht ausgeschlossen, dass es weitere Genres gibt, welche auch in der Auswertung zum Teil berücksichtigt werden. In diesem Zusammenhang war es wichtig zu klären, welche Genres für Frauen interessant wie auch uninteressant erscheinen und welche Gründe sie dafür haben.

---

<sup>351</sup> GAM(3), Zeile 55-58

<sup>352</sup> vgl. GAM(1), Zeile 41

<sup>353</sup> vgl. GAM(4), Zeile 83-84

Zu Beginn wurde in Erfahrung gebracht, was die Spielerinnen derzeit spielen oder lange gespielt haben. Die Palette reichte von nostalgischen Spielen, First Person Shooter bis hin zu MOBAS' und MMORPG's, letzteres haben fast alle schon gespielt. Daraus lässt sich schließen, dass die Interessen der Probandinnen sehr vielfältig sind.

Die folgende Tabelle zeigt die beliebtesten Spielgenres der befragten Spielerinnen sowie ihre Einschätzung zur allgemeinen Beliebtheit bei allen Frauen:

<b>Spielgenre</b>	<b>Beliebt bei den Probandinnen</b>	<b>Allgemein beliebt bei Frauen</b>
Rollenspiele	4x	3x
MOBA	3x	1x
Shooter	3x	1x
Retro-Games (Nostalgische Spiele)	1x	1x
Jump'n'Run	1x	1x
Rätsel / Puzzle	1x	1x
Action(-Rollen)Spiele	1x	0x
Simulation	1x	1x
Indie-Games	1x	0x
Strategiespiele	1x	0x
Gelegenheits-/Farmspiele	0x	2x
Rennspiele	0x	1x

**Tabelle 2:** Präferenzen der Spielgenres weiblicher Spieler

Drei Probandinnen wiesen darauf hin, dass jedes Spielgenre grundsätzlich für jede Frau interessant sein kann, da alle ein individuelles Interesse haben und nicht jedes Spiel jede Frau gleichermaßen anspricht.

In Kapitel 4.3.1 wurde auf drei Onlinegame-Genres näher eingegangen, die sich im Zuge dieser Untersuchung schließlich als die beliebtesten herausstellten. Rollenspiele<sup>354</sup> bevorzugen fast alle Befragten und einige würden dies auch auf alle Spielerinnen beziehen. Gründe dafür liegen, wie auch in Kapitel 9.1.2 erwähnt, hauptsächlich an der Grafik und Story, wie eine Spielerin erklärt:

---

<sup>354</sup> vgl. Kapitel 4.3.1.1

*“Generalisierend würde ich sagen gibt es gewisse Genres, die eher auf Frauen abzielen. Ich würde sagen vor allem Rollenspiele, wenn man bedenkt in welcher Grafik die abgehalten sind. Es ist oft sehr malerisch, sehr ruhig, sehr story-lastig, sehr emotional. Das sind halt so Schlagworte, die mit Weiblichkeit verbunden werden.“<sup>355</sup>*

GAM(4) zählt Rollenspiele, obwohl sie diese selber spielt, interessanterweise eher zu den uninteressanten Spielgenres für Frauen. Sie kennt wenige Frauen, die solche Spiele spielen:

*„[...]oder so die ganz komplizierten, auf Dungeons and Dragons basierten, Rollenspiele, wo man wirklich viel nachdenken muss und das quasi schon ein eigenes Studium ist, wie man seinen Charakter aufbaut. Das ist glaub ich eher uninteressant für Frauen.“<sup>356</sup>*

Wie auch in Kapitel 6.3.2, wurde von zwei Probandinnen das Spiel *Die Sims* als „das“ Spiel für Frauen schlechthin genannt, das auch als Einstieg in die Spieleszene dienen kann:

*„Die klassische Frauendomäne halt: Raum einrichten, Gewand aussuchen, Blumen gießen, kochen, verzieren, diese Dinge vielleicht.“<sup>357</sup>*

MOBA<sup>358</sup> ist ebenfalls sehr beliebt bei drei der Probandinnen. Auf weitere beliebte Genres wird im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht näher eingegangen, da vorwiegend jene Spielgenres von Interesse sind, die von den Probandinnen bevorzugt gespielt werden.

Diese Tabelle illustriert die Spielgenres, die laut Probandinnen unbeliebt bei Frauen seien:

---

<sup>355</sup> GAM(3), Zeile 75-79

<sup>356</sup> GAM(4), Zeile 88-91

<sup>357</sup> GAM(4), Zeile 65-66

<sup>358</sup> vgl. Kapitel 4.3.1.3



Unbeliebte Spielgenre	Häufigkeit der Nennung
Rollenspiele	1x
Fußball	1x
First Person Shooter <sup>359</sup>	4x
Strategiespiele <sup>360</sup>	1x
Kampfspiele / Beat'em up <sup>361</sup>	1x
Echtzeit-Strategie-Simulation	1x

**Tabelle 3:** Unbeliebte Spielgenres bei Spielerinnen

Shooter, besonders mit Kriegsthemen wie bei Call Of Duty (CoD) oder Battlefield, wurden am häufigsten als ein eher unbeliebtes Genre für Frauen genannt, allerdings gaben drei Probandinnen an, dass sie diese Spiele dennoch gerne spielen, wie beispielsweise GAM(3), die das „irrsinnig lustig“<sup>362</sup> findet. Im Gegensatz dazu meint GAM(4), dass Frauen durchaus Shooter interessant finden können, insbesondere einfache Konsolen-Shooter.<sup>363</sup> Laut den Befragten finden Frauen allgemein Spiele, die besonders mit physischer oder auch emotionaler Gewalt zu tun haben, uninteressant. Wie bei den beliebten Genres wird hier ebenfalls auf die nur einmal genannten nicht näher eingegangen.

Zusammenfassend ist die Genrepräferenz der Spielerinnen sehr vielfältig und lässt sich mit jenen, bereits in der Theorie näher eingegangenen, vereinen. Eine mehr oder minder Einigung gab es bei den unbeliebten Spielen, zu denen vor allem First Person Shooter in Bezug auf Kriegsthemen gehören. Generell bevorzugen die meisten Onlinespiele, besonders wegen der kommunikativen und kooperativen Komponente:

*„Ich mag Spiele, wo man mit anderen zusammenspielen kann. Deshalb spiele ich so gerne Onlinespiele. Ich habe viele Freunde, die halt nicht nur in Berlin wohnen und durch das kann ich Kontakt zu denen halten.“<sup>364</sup>*

<sup>359</sup> vgl. Kapitel 4.3.1.2

<sup>360</sup> Strategiespiele, wie der Name bereits sagt, legen den Fokus auf taktisches Geschick. Es gibt zwei Arten: Echtzeitstrategie (alle Handlungen werden gleichzeitig ausgeführt) und rundenbasierte Strategie (wie zum Beispiel Schach). Oft wird ein militärischer Hintergrund genutzt. Beispiel: *Command & Conquer*-Serie. (vgl. Matzenberger 2008, S. 75)

<sup>361</sup> siehe Kapitel 6.3.5 oder Glossar

<sup>362</sup> vgl. GAM(3), Zeile 101

<sup>363</sup> vgl. GAM(4), Zeile 55

<sup>364</sup> GAM(5), Zeile 51-53

GAM(4) erwähnt ebenfalls noch, dass es auf ihre Stimmung ankommt, was sie gerne spielen möchte:

*„Wenn ich Dampf ablassen will, ist es eher der Shooter, wenn ich mich entspannen will, ist es eine ruhige Simulation und wenn ich nachdenken will, ist es eher etwas Strategisches. Bei Multiplayer sind es hauptsächlich Shooter und Rollenspiele.“<sup>365</sup>*

## 9.2 Rollenbildern und Repräsentation von Charakteren

### 9.2.1 Stereotyp

Bei Geschlechterstereotypen allgemein handelt es sich um kognitive Strukturen, die sozial geteiltes Wissen über die charakteristischen Eigenschaften von Frauen und Männern enthalten. Sie gehören daher einerseits zum individuellen Wissensbesitz, andererseits bilden sie den Kern eines kulturell geteilten, *konsensuellen* Verständnisses von den jeweiligen typischen Merkmalen der Geschlechter.<sup>366</sup> Vor allem Medien und so auch Computerspiele haben einen großen Einfluss auf die Verbreitung von Stereotypen.

In diesem Abschnitt galt es herauszufinden, ob sich bei der geschlechterstereotypischen Darstellung von Charakteren sowie deren Rollenbildern in den letzten 5-10 Jahren etwas verändert hat. Wichtig ist hierbei zu erwähnen, dass es sich bei der Ergebnisdarstellung um die Wahrnehmung der einzelnen Probandinnen handelt. Als Grundlage für diesen Teil galt vor allem das Kapitel 6.1.

Beinahe alle Probandinnen fanden, dass sich sehr wohl bis zu einem gewissen Grad etwas verändert hat in der Darstellung von Geschlechterstereotypen. Bei den Rollenbildern waren sich alle einig, dass es hier einen positiven Umbruch gegeben hat. Es gibt mehr starke, weibliche Hauptprotagonisten und diese werden zum Teil auch realistischer dargestellt.

Vier Spielerinnen gaben an, dass es zwar sehr wohl noch Spiele gibt, die sich diesem stereotypischen Klischee bedienen, jedoch hat sich das in den letzten Jahren massiv verbessert. GAM(4) betonte allerdings, dass der Wandel bereits

---

<sup>365</sup> GAM(4), Zeile 75-78

<sup>366</sup> vgl. Eckes 2010, S. 178

vor 10 Jahren stattgefunden hat, nämlich zwischen den Jahren 2000 und 2005.<sup>367</sup> Sie bezogen sich, wie beinahe alle anderen auch, auf das klassische Beispiel von Lara Croft, auf die auch in Kapitel 6.1.4 näher eingegangen wurde. Diese Figur entwickelte sich von einem sexualisierten, übertriebenen Charakter ohne tiefen Hintergrund zu einer realistischer dargestellten Ikone mit Persönlichkeit.

*„[...]das beste Beispiel momentan ist eben Tomb Raider, Lara Croft, die halt früher, ich weiß noch von Zeiten von meinem Vater, zwar der Hauptcharakter war aber trotzdem immer sehr sexuell dargestellt wurde. Da gab's immer wieder diese Clips, wo sie dann in der Dusche irgendwie halbnackt ist oder so was, was halt natürlich nicht sehr stark ist für ihre Persönlichkeit. Du sagst halt „uh sie ist frech und keck“, aber jetzt mit den neueren Spielen, die es gibt von ihr, sieht man wie zerbrechlich sie ist und dass sie auch nur ein Mensch ist und kein Sexobjekt, sondern dass sie ein normaler Protagonist ist[...]“<sup>368</sup>*

Jedoch nicht nur Lara Croft erlebte einen Umbruch, auch ist es jetzt möglich damalige, schwach dargestellte weibliche Figuren, wie beispielsweise Peach von Super Mario, als Hauptprotagonist zu spielen.<sup>369</sup> Allerdings merkte GAM(3) an, dass trotz dieser „Emanzipation“ des Charakters nach wie vor negative, stereotypische Merkmale vorhanden sind:

*„Bei einem Mario-Spiel, ich weiß jetzt nicht genau welches das war, war Peach ein aktiver Charakter und ihre Attacke war weinen. Sie hat dadurch, dass sie in Strömen geweint hat, Schaden gemacht. Ja, es ist eine alte Spielerei und das ist einfach der Stereotyp, aber man stellt da eine Entwicklung hin, die gar nicht ist. Das ist auch so konzipiert, dass ich sage, dass das keine Neukonzipierung ist, sondern Blödsinn.“<sup>370</sup>*

Dieses Beispiel verdeutlicht, dass nicht alle weiblichen Charaktere einen positiven Wandel in Bezug auf Geschlechterstereotype und -Rollenbilder durchlebt haben und nach wie vor klischeehaft dargestellt werden. Sie wies ebenfalls darauf hin, dass, obwohl sich einiges verändert hat, es immer noch

---

<sup>367</sup> vgl. GAM(4), Zeile 119-120

<sup>368</sup> GAM(2), Zeile 95-102

<sup>369</sup> vgl. GAM(2), Zeile 103-104

<sup>370</sup> GAM(3), Zeile 186-191

Menschen gibt, die dies nicht sehen wollen und es sich um eine Sache der Wahrnehmung handele. Ein Spiel solle nicht auf die Darstellung der Figuren beschränkt werden:

*„Die schauen dann einfach nicht hinter die Kulissen bzw. die interessiert das dann auch gar nicht, dass ein Spiel aus mehr besteht als nur den Figuren. Da sitzen auch immer Leute dahinter, die Druck machen, dass das so gemacht wird, wie die das wollen. Die Developer machen das oder die Leute, die dafür verantwortlich sind. Dem Designer stößt das vielleicht auch sauer auf, aber so ist momentan einfach der Markt.“<sup>371</sup>*

Weiters wird von zwei Befragten betont, dass auch Männer zum Teil stereotypisiert dargestellt werden und nicht nur Frauen die Opfer sind.

### **9.2.2 Charakterkonstruktion von Spielfiguren**

Seit dem Erfolg von Lara Croft haben immer mehr weibliche Heldinnen ihren Weg in die Spielewelt gefunden. Zaremba filterte drei Typen von virtuellen Heldinnen heraus: Harmlose Phantasiewesen, hypersexualisierte Kämpferin und die „authentisch“-gebrochene Frauenfigur.<sup>372</sup> Gecius und Fromme meinten, dass Frauenfiguren in Computerspielen viel zu kurz kommen und meist als Prinzessinnen, alte weise Frauen in Fantasy-Spielen, hilflose Objekte oder fetischistisches Subjekt männlicher Begierde in First Person Shootern vorkommen. Die Rolle der weiblichen Hauptfigur lässt sich folgendermaßen einteilen: Clevere Frau, materialistische Kämpferin, burschikoses, freches Mädchen und moderne Prinzessin. In Bezug auf Nebenrollen haben sie folgende Einteilungen für weibliche Figuren: Schöne Prinzessin, weiblich Reizende, Sexmonster und Mütterliche.<sup>373</sup> Hier gilt es, unter anderem, herauszufinden, welcher Typ den Probandinnen am meisten zusagt.

Ein weiterer Fokus bezieht sich in diesem Abschnitt auf die Attribute der weiblichen Spielfiguren, welche von Frauen positiv aufgenommen werden und welche abschreckend wirken.

---

<sup>371</sup> GAM(3), Zeile 156-161

<sup>372</sup> vgl. Kapitel 6.1.2

<sup>373</sup> vgl. Kapitel 6.1.3

Damit ein weiblicher Avatar Frauen gefällt, sollte dieser der jeweiligen Welt angepasst werden und dennoch einem gewissen, jedoch realistischen, Schönheitsideal entsprechen, sprich attraktiv, sportlich sowie athletisch sein und eine selbstbewusste sowie positive Persönlichkeit besitzen. Hier kann von einer „authentisch“-gebrochenen Frauenfigur bis hin zur „cleveren“ Frau gesprochen werden. Auch die vorhin genannte Figur Lara Croft entwickelte sich zum Teil von der hypersexualisierten Kämpferin hin zur „authentisch“-gebrochenen Frauenfigur, welche die Probandinnen als positiv bewertet haben. GAM(4) geht andererseits von einem „photogeshopten“ Schönheitsideal der westlichen Welt in Hochglanzmagazinen aus und meint, dass dieser die breite Masse am ehesten treffen würde.<sup>374</sup> Passen könnte hier bezüglich Typ eine Mischung aus moderner Prinzessin und hypersexualisierter Kämpferin.

Wichtig ist den Spielerinnen jedenfalls die Möglichkeit die Charaktere auswählen und gestalten zu können. Über Hypersexualisierung wird hinweggesehen, wenn es der Spielumgebung entspricht. In Kapitel 3.2 wird erwähnt, dass Nicht-SpielerInnen beunruhigter sind über die sexistische Darstellung von Gender als wirkliche Spielerinnen. Auch GAM(3) betont, dass Spiele nicht die richtige Welt sind und überstilisierte Darstellungen deshalb kein Problem für sie darstellen, solange es in das Gesamtkonzept passt.<sup>375</sup> GAM(4) sieht das ebenfalls eher gelassen, solange diese übertrieben sexualisierten Darstellungen nicht zu ernst gemeint sind.

*„Find ich dann ok, wenn man es mit einem „Zwinkerauge“ betrachtet und das Ganze ein bisschen auf die Schaufel nimmt, wie eben beispielsweise bei Saints Row oder auch bei anderen Spielen. Es gibt ein uraltes Computerspiel, Leisure Suit Larry, wo alles auch sehr hypersexualisiert worden ist. Es ist um blonde Püppchen in einem humorvollen Kontext gegangen. Das ist voll in Ordnung. Ansonsten diese Hypersexualisierung: Mann Muskelprotz und „Cornetto“ und Frau schwach und „vollbrüstig“ und mehr auf Nutte unterwegs, das ist für mich sehr fragwürdig, wenn das Ganze ernst gemeint wäre.“<sup>376</sup>*

---

<sup>374</sup> vgl. GAM(4), Zeile 127-131

<sup>375</sup> vgl. GAM(3), Zeile 175-181

<sup>376</sup> GAM(4), Zeile 143-150

Diese erwähnte Figur kann der Kategorie Sexmonster zugeordnet werden. Problematisch wird dies laut zwei Spielerinnen dann, wenn Frauen das Gefühl bekommen diesem Idealtyp entsprechen zu müssen, da sie die Trennung zwischen Fiktion und Realität nicht machen können oder das Selbstbewusstsein nicht besitzen.<sup>377</sup> Hier könnte diese Hypersexualisierung für Frauen abschreckend wirken. Auch für Grapenthin stellt dieses vermittelte weibliche Schönheitsideal ein Problem für Heranwachsende, pubertierende Mädchen dar.<sup>378</sup> GAM(1) meint zusätzlich, dass es mit der körperlichen Beschaffenheit der Spielerinnen zu tun hat, wie die jeweiligen Darstellungen aufgenommen werden:

*„Also wenn man jetzt gerade nicht die Idealfigur hat, denkt man sich so „Oh, das sind ja immer nur diese Idealfiguren“ und ich denk, die, die diese Figur haben sehen das vielleicht nicht so, weil sie die Figuren beim Cosplay gut nachstellen können, glaub ich. Für die ist es, glaub ich, eher ok als für die Frauen, die halt nicht diese Idealfigur haben.“<sup>379</sup>*

Für GAM(4) darf die weibliche Spielfigur zudem auch nicht zu männlich wirken, was daraus schließen lässt, dass bestimmte weibliche Attribute trotz dessen vorhanden sein sollten.<sup>380</sup> Andererseits wird auch erwähnt, dass es bei einem Computerspiel um eine Art Realitätsflucht geht und gewisse unrealistische Ausmaße völlig legitim oder auch gewünscht sind, sei es eine Gestalt aus der Fantasy-Welt oder mit außergewöhnlichen Superkräften, wie das Beispiel von GAM(2) Fetch aus Infamous Second Son:

*„Sie hat ein sehr freches Gesicht, aber halt kein wunderschönes und glorifiziertes, sondern halt ein Gesicht wie du und ich. [...] Sie hat zwar diese Superkräfte, aber sie hält sich nicht für etwas Besseres. [...] Sie weint auch, obwohl sie Superkräfte hat, aber sie hat dieselben Probleme und sie fühlt sich genauso schwächlich wie jeder andere Mensch. Das gibt mir eben das Gefühl von Nähe und Realität, aber gleichzeitig das Gefühl von Macht zu besitzen und der Realität zu entkommen [...]“<sup>381</sup>*

---

<sup>377</sup> vgl. GAM(2), Zeile 136-143; GAM(3), Zeile 199-206

<sup>378</sup> vgl. Kapitel 6.1.3

<sup>379</sup> GAM(1), Zeile 100-104

<sup>380</sup> vgl. GAM(4), Zeile 135-140

<sup>381</sup> GAM(2), Zeile 151-160

Bezüglich Typ könnte die Spielfigur Fetch in das Schema burschikoses „freches Mädchen“ eingegliedert werden. GAM(3) hat wiederum ganz andere Vorstellungen, wie sie ihren Charakter designen würde, welcher eher unter die Kategorie „hypersexualisierte Kämpferin“ fallen würde:

*„Also entweder so richtig stereotypisch, also zum Beispiel Wespentaille. Alles was mir halt so gefällt, weil ich einfach sag „Ist mir wurscht, in Real Life schaut niemand so aus, hau mal richtig auf die Kacke.“. Oder ich kippe ins andere Extrem, sprich dass ich das Ganze etwas gender-fluid mach. Ich fühl mich sehr zu dieser Transgenderfigur hingezogen, wo einfach beides drin ist und wo ich mich nicht darauf festsetzen muss, ob es jetzt wirklich männlich oder weiblich ist. Das ist dann halt meine Art und ich sag „Gut, ich schau fle mich sozusagen frei von diesen Rollentypen und mach jetzt einfach eine Figur, die wie keines von beiden aussieht.“. Das ist dann so meine kleine Rebellion.“<sup>382</sup>*

Wie hier hervorgeht, haben die Frauen ganz unterschiedliche Vorstellungen von einer gut dargestellten weiblichen Spielfigur. Mehr oder weniger einig waren sie sich bei der „realitätsnahen“ Komponente.

### **9.2.3 Identifikation**

In diesem Teil wird das Thema Identifikation mit der Spielfigur näher unter die Lupe genommen und inwiefern dies wichtig ist für die Probandinnen.

Wenn die Probandinnen die Möglichkeit hätten, einen weiblichen Charakter selber zu kreieren, würden beinahe alle einen auswählen, der ihnen sehr ähnlich sieht oder von der Persönlichkeit her ähnlich ist. Hier zeigt sich der Identifikationswunsch der Spielerinnen, als auch dass die Figuren in erster Linie realitätsnah sein sollten:

*„Ich weiß, dass ich einen weiblichen Charakter wähle, da ich es attraktive finde eine Frau zu spielen, weil ich ja selber eine bin. Wenn ich ihr eine Robe anziehe, ist das so, als ob ich mir selber eine Robe anziehe. Ich kann mich halt besser damit identifizieren, als einen Mann anzuschauen.“<sup>383</sup>*

---

<sup>382</sup> GAM(3), Zeile 211-219

<sup>383</sup> GAM(2), Zeile 170-173

In Kapitel 5.2 ist in diesem Zusammenhang die Rede von „projizierter Identität“, die durch diese Ähnlichkeit verstärkt werden könnte. SpielerInnen sprechen dann nicht mehr von der Spielfigur per se, sondern von sich selbst. GAM(5) meint, dass sie es amüsant finden würde „selber“ durch das Spiel laufen zu können.<sup>384</sup>

Alle befragten Spielerinnen sind sich einig, dass für den Fall, dass bei beiden Geschlechtern die Fähigkeiten in einem Spiel gleich sind, Spielerinnen als erstes einen weiblichen Avatar wählen würden. Der meist genannte Grund war die bessere Identifizierung:

*„Die erste Identifizierung, an die wir denken, ist die geschlechtliche Identifizierung und deshalb fühlen wir uns bei der Figurenauswahl eher zum eigenen Geschlecht hingezogen, obwohl es eigentlich wurscht ist.“<sup>385</sup>*

Des Weiteren wurde erläutert, dass es bei Männern ähnliche Ambitionen gibt, sie jedoch etwas experimentierfreudiger wären. Wie in Kapitel 5.1 erläutert, spielt Avatardarstellung eine große Rolle, da Spielende entsprechend der Darstellung ihren Spielstil anpassen. In Onlinespielen ist diese Anonymität für weibliche Spieler insofern interessant, weil sie einerseits gegen ihre männlichen Pendants antreten können, ohne spezifischen Gendermarkierungen ausgesetzt zu sein und andererseits stereotypische Verhaltensmuster gegenüber Spielerinnen reduzieren können.<sup>386</sup> Bei der Auswahl des Geschlechts kommt es für GAM(2) daher darauf an, ob sie in Ruhe spielen will, oder mit der Community interagieren möchte:

*„Es gibt halt die Community, die sehr stark darauf getrimmt ist, Frauen irgendwie anzusprechen „Bitte spiel mit mir oder komm in meine Gilde!“, was nichts Sexuelles sein muss, sondern ein „Du bist eine Frau und ich finde das cool, dass du Videospiele spielst, rede mit mir!“ und dem ist es scheinbar egal, ob da jetzt wirklich eine Frau dahinter sitzt oder nicht. Ich habe schon öfter damit Erfahrungen gemacht und deshalb spiele ich in Onlinespielen öfter einen Mann, jedoch viel öfter eine Frau, weil irgendwo ist es mir doch egal.“<sup>387</sup>*

---

<sup>384</sup> vgl. GAM(5), Zeile 134-135

<sup>385</sup> GAM(3), Zeile 227-230

<sup>386</sup> vgl. Kapitel 6.3

<sup>387</sup> GAM(2), Zeile 176-183



Grundsätzlich fänden es alle Spielerinnen gut, wenn es die Möglichkeit gibt, eine Frau auszuwählen und spielen zu können, jedoch meinen zwei von ihnen, dass diese auch in die jeweiligen Spielsettings und -geschichten passen müssen. Eine gewisse Identifikation mit dem jeweiligen Spielecharakter ist ebenfalls allen wichtig, allerdings muss es nicht immer ein weiblicher sein, sondern hängt vielmehr vom Charakter des Avatars ab, wie es GAM(5) erklärt:

*„Also identifizieren würde ich mich im Allgemeinen wollen, ob er nun weiblich oder männlich ist, ist mir relativ egal. Ich finde es muss zur Geschichte passen. Also eine Geschichte, die nun mal so konzipiert ist, dass es einen männlichen Hauptcharakter gibt finde ich prinzipiell nicht schlimm und das spiele ich auch. Wenn er einen guten Charakter hat und ich seine Beweggründe verstehen kann, kann ich mich mit dem auch identifizieren.“<sup>388</sup>*

Wenn es darum geht, welchen Charakter Frauen auswählen würden, wenn sich Geschlecht als auch Fähigkeiten gleichermaßen unterscheiden, sind sich alle Befragten einig: Vielspielerinnen legen mehr Wert auf die Fähigkeit und den Spielstil, wohingegen Casual Gamerinnen sich mehr nach dem Geschlecht und Aussehen richten. Es kommt daher darauf an, welches Ziel die Spielerinnen verfolgen, sei es reine Unterhaltung oder Wettbewerb.

Wie aus den Ergebnissen hervorgeht, haben sich Teile der stereotypischen Darstellungen und Rollenbilder verändert und andere sind gleich geblieben, oder wie es GAM(3) erläutert hat: *„Es hat sich alles verändert und es hat sich gar nichts verändert.“<sup>389</sup>* Ob Hypersexualisierung ein Problem darstellt, hängt vor allem davon ab, um welche Spielumgebung es sich handelt und in welchem Ausmaß die Figuren übertrieben dargestellt werden. Als beliebtester Heldinnen-Typ wurde vor allem die „authentisch“-gebrochene Frauenfigur genannt, jedoch kann diesbezüglich keine eindeutige Antwort gegeben werden. Den Probandinnen ist es wichtig, dass die Figur zwar attraktiv aussehen sollte, jedoch in realistischen Ausmaßen. Beinahe alle würden, egal ob die Fähigkeiten gleich oder unterschiedlich sind, eine weibliche Figur auswählen und diese Entscheidung auch auf die meisten anderen Spielerinnen übertragen.

---

<sup>388</sup> GAM(5), Zeile 151-156

<sup>389</sup> GAM(3), Zeile 125

Identifikation mit dem jeweiligen Avatar ist allen wichtig, dieser muss nicht zwingendermaßen weiblich sein. Es hängt stark vom Grad der eigenen Mitgestaltungsmöglichkeit der Spielerinnen ab.

### 9.3 Fankultur

Die Fan-Gemeinschaft wächst stetig an und mittlerweile gibt es zahlreiche verschiedene Arten seinen Tribut zur Spielekultur zu zeigen, von Cosplay bis hin zu Fan-Artists und Let's Plays. In Kapitel 6.3.3 wird im Zuge dessen näher auf die Möglichkeiten eingegangen, welche auch als Grundlage für diesen Teil diente. Vor allem Frauen bekennen sich immer mehr zum Spiele-„Klub“ und sind sogar mit ihren männlichen Kollegen prozentual gleichauf.<sup>390</sup> Der Fokus liegt in diesem Kapitel auf der weiblichen Fankultur, ihrer Faszination, Rolle der Frau, Diskriminierung und Auslebung.

Auf die Frage hinweg, was die Probandinnen denn an der Fankultur sowie Community so interessant finden, wurde drei Mal Cosplay genannt. Diese Form wird laut den Spielerinnen immer mehr in der Gesellschaft anerkannt und als eine Art Kunst angesehen.<sup>391</sup> Die Weltoffenheit, Toleranz und Akzeptanz der Community wurde ebenfalls des Öfteren hervorgehoben. SpielerInnen aus allen Nationen und Altersgruppen haben die Möglichkeit sich auszutauschen, Networking zu betreiben, zu diskutieren und Kontakte zu knüpfen. Eine interessante Anekdote kam von GAM(2), die unter anderem fasziniert ist von den Möglichkeiten der Identifikation und Nachvollziehbarkeit, die Computerspiele bieten können. Sie hat ein Indie-Game gespielt, in der sie das Outing einer Lesbe miterleben beziehungsweise *erspielen* konnte:

*„[...] ich habe die Experience von dieser Frau quasi gespielt wie das ist, als eine Lesbe rauszukommen. Das ist für mich zum Beispiel etwas, dass mir die Augen öffnet, wo ich mir denke, dass kein Film und kein Gespräch mir das so hätte näher bringen können, wie das eine Spiel das getan hat. Ich hätte das niemals so verstehen können, was für Ängste und Gefühle man in so einer Situation hat.“<sup>392</sup>*

---

<sup>390</sup> vgl. Kapitel 6.3.1

<sup>391</sup> vgl. Kapitel 6.3.3

<sup>392</sup> GAM(2), Zeile 217-222

Bezüglich der Rolle der Frau in der Fankultur und Community bezeugen alle Probandinnen, dass sich die Situation auch hier markant verbessert hat, da es immer mehr weibliche Spieler gibt. GAM(5) betont, dass sich der Markt erweitert hat, da es jetzt wesentlich mehr Frauen in der Spielekultur gibt und sie dementsprechend sehr wichtig für die Wirtschaft geworden sind.<sup>393</sup> Vorurteile, Klischees und Diskriminierungen sind laut den Spielerinnen zwar nach wie vor vorhanden, jedoch deutlich weniger geworden. GAM(3) spricht die Gamergate-Skandale<sup>394</sup> an und meint, dass es inzwischen genug Männer gibt, die sich solidarisieren und solch ein sexistisches oder negatives Verhalten nicht akzeptieren:

*„Vor allem Männer sagen: „Wir akzeptieren so ein sexistisches Verhalten in beiden Richtungen überhaupt nicht.“, und auch: „In erster Linie sind wir nicht männlich, weiblich, sächlich usw., sondern in erster Linie sind wir Gamer und spielen ist unsere Leidenschaft. Der ganze Hate und alles kann vor der Haustüre bleiben.“. Also prinzipiell, wenn man nicht gerade ein riesen Pech hat mit jenen, die einfach dumm und Hinterweltler sind, ist alles supi.“<sup>395</sup>*

GAM(5) meint, dass diese Gesellschaft besonders in den jüngeren Kreisen „toxic“<sup>396</sup> sein kann. Als Genre, in dem die häufigste Diskriminierung stattfindet, wird vor allem der Shooter genannt, der nach wie vor als typische Männerdomäne assoziiert wird. GAM(2) sieht dies als höchst unnötigen Stolz der männlichen Spieler.<sup>397</sup> Vier Probandinnen erklären, dass das größte Vorurteil darin liegt, dass Frauen nicht so gut computerspielen können wie Männer und deshalb oftmals belächelt oder nicht ernst genommen werden. GAM(3) sieht dies nicht nur bei den normalen Spielerinnen, sondern vor allem beim Pro-Gaming, wo sich professionelle SpielerInnen im Wettkampf und teilweise mit hohen Preisgeldern gegenüberstehen. Sie erzählt von einer Gruppe LoL-Spielerinnen, die bis jetzt all ihre Matches verloren haben, jedoch trotzdem eine Karriere anstreben. Ihr veröffentlichter Trailer wurde höchst kritisiert, sodass auch andere Zuschauer von dem Strom an Negativität mitgerissen wurden:

---

<sup>393</sup> vgl. GAM(5), Zeile 210-211

<sup>394</sup> vgl. Kapitel 6.3.5

<sup>395</sup> GAM(3), Zeile 309-315

<sup>396</sup> vgl. GAM(5), Zeile 189

<sup>397</sup> vgl. GAM(2), Zeile 164

*„Pro-Gamerinnen sind genauso gut wie die Männer, nur das Versagen von weiblichen Spielerinnen wird in der „Elite“ mehr stigmatisiert als das von Männern. [...] Wenn du als Frau, als Pro-Gamerin, einmal versagst, ist das sofort „Ja, du bist ein Noob, typisch Frau usw.“, aber wenn Mann die Weltmeisterschaft verliert, dann macht er halt nächstes Jahr wieder mit. Halt Pech gehabt an dem Tag.“<sup>398</sup>*

GAM(4) sieht Diskriminierung im Zusammenhang mit Foren-Diskussionen, vor allem im technischen Bereich, insbesondere sobald die Antwortenden wissen, dass sich hinter einer Frage oder einem Kommentar eine Frau verbirgt.<sup>399</sup> Zwei Spielerinnen erzählten, dass sie selber Opfer von Diskriminierung in den Anfangsphasen von World of Warcraft waren, da es zu diesem Zeitpunkt noch zu wenige Frauen gab, die dieses Spiel spielten. GAM(1) wurde des Öfteren nicht zu Raids<sup>400</sup> mitgenommen, da ihr spielerisches Können aufgrund ihres Geschlechts nicht geschätzt wurde und häufig bekam sie diverse Freundschaftsanfragen, wurde angesprochen oder sogar „angeflüstert“ auf sexuelle Art und Weise.<sup>401</sup> GAM(5) berichtete, dass sie mit diversen, diskriminierenden Aussagen konfrontiert wurde:

*„Dann hieß es immer „Du bist ja nur in der besten Gilde, weil du eine Frau bist.“, oder es gab auch so etwas wie „Du hast dich hochgeschlafen.“ und das ist totaler Blödsinn. Ich war da gerade 16 und da funktioniert die Welt ja auch noch anders.“*

402

Die Spielerinnen beschäftigen sich in ihrer Freizeit sehr mit der Gaming-Fankultur und sind auch teilweise selber aktiv, sei es der Besuch auf Messen, Veranstaltungen, die Informationsbeschaffung über diverse Webseiten, wie zum Beispiel GameStar<sup>403</sup>, oder Foren-Diskussionen. Beispielsweise veranstaltet GAM(2) alle 2-3 Monate mit Freunden eine Gaming-Party, in der Besucher

---

<sup>398</sup> GAM(3), Zeile 326-332

<sup>399</sup> vgl. GAM(4), Zeile 240-245

<sup>400</sup> Der Begriff taucht häufig in MMORPGs auf und bezeichnet den Zusammenschluss von Spielenden über einen kurzen Zeitraum hinweg zur gemeinsamen Lösung von Spielaufgaben wie umfangreiche Quests oder Kämpfe gegen übermächtige Gegner. (vgl. <http://www.spielbar.de/neu/praxiswissen-computerspiele/lexikon/>, aufgerufen am 17. August 2015)

<sup>401</sup> vgl. GAM(1), Zeile 161-163

<sup>402</sup> GAM(5), Zeile 222-225

<sup>403</sup> GameStar ist ein Online-Fachmagazin über die Spielewelt (siehe <http://www.gamestar.de> aufgerufen am 18. August 2015)

kostümiert mitfeiern und teilweise auch vor Ort Spiele spielen können, um dem Klischee „Spielen ist nur etwas für Kinder“ zu trotzen.<sup>404</sup> GAM(5) geht neben diversen öffentlichen Turnieren auch zum, mittlerweile Stadien-füllenden, League of Legends World Championship Finale in Berlin (Termin: Oktober 2015),<sup>405</sup> welcher auch in Kapitel 6.3.3 hervorgehoben wurde.

Das Verfolgen von Let's Plays und Streams ist die beliebteste, themenbezogene Freizeitbeschäftigung der Probandinnen. Hier spielen Spielerinnen und Spieler über Webcam Spiele, die sie dann auf gewissen Plattformen wie Twitch oder YouTube live übertragen.<sup>406</sup> Die Probandinnen nutzen dieses Angebot vorwiegend um Tipps zu bekommen, wie ein gewisses Spiel am besten zu bewältigen ist. In diesem Bereich gibt es jedoch laut ihren Aussagen große Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Es gibt im Vergleich viel weniger Frauen, die sich aktiv beteiligen. GAM(4) schaut deshalb eher Männern beim Spielen zu, wenn auch unbewusst. Sie sieht sich als geschlechterunspezifisch und meint, dass Mann als auch Frau jeweils gleich gut oder schlecht sein können.<sup>407</sup> Eine dieser wenigen Streamerinnen ist GAM(2), die aus eigener Erfahrung erzählt, dass Frauen oftmals Diskriminierung ausgesetzt sind und öfter auf Hass stoßen. Auch in Kapitel 6.3.5 wurde diese Problematik erwähnt. Sie hat anfangs ohne Kamera Spiele gespielt und kommentiert, da sie nicht wollte, dass Männer nur ihre Videos sehen aufgrund ihres Geschlechts:

*„Man stößt halt dann öfter auf die Fragen „Wer ist dieser 12jährige Junge? Der kann das Spiel ja überhaupt nicht spielen, das muss ja ne Frau sein!“<sup>408</sup> Einige versuchen es und kriegen dann irgendwie so Kommentare wie: [...] „Du hast nur so viele Abonnenten, weil du eine Frau bist“ oder „Du spielst ja nicht mal toll Videospiele, sondern hast nur große Brüste und darum geht's dir und darum machst du deine Webcam an. Mach doch einfach deine Webcam aus“. Man kriegt einfach so viel negative Kritik und dann ist man auch einfach eingeschränkt.“<sup>409</sup>*

---

<sup>404</sup> vgl. GAM(2), Zeile 268-273

<sup>405</sup> vgl. GAM(5), Zeile 237-239

<sup>406</sup> vgl. Kapitel 6.3.4

<sup>407</sup> vgl. GAM(4), Zeile 279-292

<sup>408</sup> GAM(2), Zeile 235-237

<sup>409</sup> GAM(2), Zeile 294-299

Einige von den wenigen Frauen, die streamen, werden durch ihr etwas „unpassendes“ Verhalten und Präsenz besonders von anderen Frauen negativ kritisiert, da sie ein schlechtes Bild auf andere Frauen werfen. GAM(1) meint, es sei ein bisschen wie verkaufen.<sup>410</sup> GAM(5) erläutert:

*„Ich finde, dass unglaublich viele Frauen das machen, die das nicht machen sollten, weil sie einfach das Bild der Frauen sehr verschlimmern. [...] und ich habe auch schon ein paar Streamerinnen gefunden, die ich gut finde, aber manchen von denen nehme ich nicht wirklich ab, dass sie wirklich Spaß haben. Ich habe das Gefühl, die müssen sich irgendwie zeigen. Die haben auch immer so Klamotten an, wo ich mir denke, dass der Ausschnitt tiefer nicht geht. Das ist Tatsache so ein Klischee. Ich dachte, dass es das nicht gibt, aber es gibt es extrem bei Let's Plays. Die sind extrem schlecht oft, also wirklich schlechte Spieler. [...] Ich finde die machen teilweise ein ziemlich schlechtes Bild auf weibliche Spieler, was mich auch nervt.“<sup>411</sup>*

Weitere geschlechtliche Unterschiede bei der Ausübung der Fankultur sehen vier von fünf Probandinnen vor allem bei Cosplays. Alle sind sich einig, dass Frauen hier definitiv die Vorreiterinnen sind, wie in Kapitel 6.3.3 ebenfalls festgestellt. GAM(5) besuchte die Gamescom in Köln (2015), die mittlerweile weltweit größte Spielemesse und bestätigte diese Annahme.<sup>412</sup> Grund dafür ist der Spaßfaktor: Einerseits beim Verkleiden in eine andere Rolle schlüpfen, besonders wenn ihnen das Äußere des Charakters zusagt und andererseits das, wie es GAM(2) ausdrückt, „craften“ der Kostüme, also der kreative Teil.<sup>413</sup>

Eine zusätzliche Differenz sieht GAM(4) darin, dass Männer generell aktiver sind, wenn es um Foreneinträge, Hilfestellungen oder Modding<sup>414</sup> geht.<sup>415</sup> Über Letzteres hatte sie sogar einen Vortrag auf der GameCity<sup>416</sup> gegeben und die wissenschaftliche Seite herausgearbeitet.<sup>417</sup> GAM(3) macht es davon abhängig, ob es sich um Casual GamerInnen handelt, bei denen es eher entspannend

---

<sup>410</sup> GAM(1), Zeile 186-187

<sup>411</sup> GAM(5), Zeile 247-259

<sup>412</sup> vgl. GAM(5), Zeile 288

<sup>413</sup> vgl. GAM(2), Zeile 311

<sup>414</sup> siehe Kapitel 6.1.4

<sup>415</sup> vgl. GAM(4), Zeile 226

<sup>416</sup> Spielemesse in Wien (siehe <http://www.game-city.at/> aufgerufen am 19. August 2015)

<sup>417</sup> vgl. GAM(4), Zeile 273-275

zugeht, oder Pro-Gaming, beispielsweise in der Shooter-Szene, in denen es als „unweiblich“ gelten kann, wenn Frauen diese Spiele spielen, da es sich, wie bereits erwähnt, um eine in den Köpfen verankerte Männerdomäne handelt.<sup>418</sup>

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass diese Kultur beinahe alle Altersgruppen sowie Nationen ansprechen kann und die Anzahl an Spielerinnen exponentiell steigt. Es gibt viele Auslegungsmöglichkeiten und die beliebteste Beschäftigung der Frauen ist das Cosplay, gefolgt von Let's Plays. Diskriminierung ist nach wie vor vorhanden, jedoch deutlich zurückgegangen. GAM(2) faszinierte beispielsweise die Tatsache, dass Spiele behinderten wie auch demenzkranken älteren Menschen die Möglichkeit bieten können, unter anderem ihre psychische Stärke wieder zurückzugewinnen. Sie haben dadurch einen wichtigen Teil in dieser Welt eingenommen.<sup>419</sup>

## 9.4 Frauen und der Spielmarkt

In den letzten zwei Jahrzehnten wurde viel darüber berichtet, die Frauenquote im technologischen Umfeld zu erhöhen und Mädchen bei der Annäherung an Technologien zu unterstützen.<sup>420</sup> Dies gilt auch für die Spieleindustrie. Mittlerweile hat sich zwar die Anzahl an weiblichen Entwicklern mit mehr als 22% verdoppelt<sup>421</sup>, jedoch besteht dennoch Bedarf.

In diesem letzten Kapitel gilt es zu eruieren, wo die Probandinnen die Zukunft der Spielerinnen in der Spieleentwicklung sehen und inwiefern der wachsende Anteil an Frauen in der Spieleindustrie einerseits die Branche und andererseits die Fankultur beeinflusst. Zusätzlich wird die Expertise von GAM(5) befragt, wie sie denn ihre Rolle als Frau in dieser Branche sieht.

Der Zukunft der Spielerinnen sehen die Probandinnen zwar noch nicht ausgereift oder ausgeglichen, jedoch durchaus positiv entgegen. Immer mehr Frauen finden Gefallen an der Spielkultur und auch die Akzeptanz am Arbeitsmarkt sowie in eSports<sup>422</sup> wird besser. Drei der Befragten sehen einen Einfluss des wachsenden Anteils an Frauen in der Gaming-Branche dahingehend, dass Frauenfiguren oder

---

<sup>418</sup> GAM(3), Zeile 263-272

<sup>419</sup> GAM(2), Zeile 279-285

<sup>420</sup> vgl. Kapitel 3.2

<sup>421</sup> vgl. Kapitel 6.2.2

<sup>422</sup> vgl. Kapitel 6.3.2

generell alle geschlechterspezifischen Darstellungen besser sowie ansprechender geworden sind. GAM(3) findet es diesbezüglich „[...]sehr empowering, wenn ich in eine Community komme, in der im Kern das Thema Geschlecht kein Thema mehr ist und es nur um deine Leidenschaft geht.“<sup>423</sup> Auch wird mehr auf die Bedürfnisse der Spielerinnen eingegangen, indem sie mehr einbezogen und Spiele dementsprechend adaptiert sowie gestaltet werden. GAM(1) findet es positiv, dass die Industrie Spiele gleichermaßen für VielspielerInnen als auch GelegenheitsspielerInnen entwickelt.<sup>424</sup> Laut GAM(4) wird es wahrscheinlich sogar mehr dazu kommen, dass Merchandise-Artikel ebenfalls mehr auf Frauen ausgelegt werden,<sup>425</sup> was bedeuten kann, dass sie mehr in die Wirtschaft mit eingebunden werden.

In Kapitel 6.2.1 wurden Spiele genannt, in denen Frauen hauptverantwortlich gewesen sind, jedoch wurde dies wenig öffentlich publiziert. GAM(2) diesbezüglich weist darauf hin, dass alles zwar weniger ignorant wird, jedoch Frauen als Gamedesignerinnen trotzdem noch nicht genug in der Öffentlichkeit vertreten sind und nennt als Beispiel Assassin's Creed. Dieses Spiel hat zahlreiche Menschen begeistert, jedoch wissen vermutlich viele von ihnen nicht, dass hinter dem Design und der Geschichte eine Frau steckt. Ihr Appell wäre deshalb:

*„Wenn so etwas mehr publik wird und mehr Frauen in die Öffentlichkeit kommen und klar wird, dass viele Frauen an vielen großen Videospiele beteiligt sind und viel zu verantworten haben, was das angeht, dann wären vielleicht viele Menschen etwas positiver eingestellt.“<sup>426</sup>*

Handyspiele haben nach Meinung von GAM(5), wie auch in Kapitel 9.1.2 erwähnt, dazu beigetragen, das Interesse an der Spielewelt für Frauen zu steigern und da immer mehr von ihnen mit einbezogen werden, wird auch die Gemeinschaft in Zukunft wachsen und gleichzeitig die dominante Männerdomäne schwinden. Zusätzlich weist sie darauf hin, dass die potenzielle KäuferInnengemeinschaft sich ebenfalls ändert und sich deshalb auch mehr

---

<sup>423</sup> GAM(3), Zeile 396-398

<sup>424</sup> vgl. GAM(1), Zeile 210-213

<sup>425</sup> vgl. GAM(4), Zeile 331-333

<sup>426</sup> GAM(2), Zeile 348-351



Frauen in die Branche begeben werden, weil sie oft besser wissen, was andere Frauen wollen.<sup>427</sup> Da die Probandin selber in der Spieleindustrie arbeitet und dementsprechend Erfahrung sowie Expertise diesbezüglich hat, wurde sie aus diesem besonderen Anlass noch etwas genauer zu ihrer Rolle als Frau in dieser Branche befragt. In der Spielebranche gilt der besondere Wunsch vermehrt Spieleentwicklerinnen in den Entwicklungsprozess von neuen Spielen mit einzubeziehen, meinen Ganguin und Hoblitz.<sup>428</sup> Mittlerweile arbeiten einige internationale Programme und Initiativen daran, die Sichtbarkeit von Frauen in dieser Branche zu erhöhen<sup>429</sup> und auch GAM(5) hat sich dieser Aufgabe angenommen. Sie arbeitet als Projektmanagerin bei der International Games Week Berlin<sup>430</sup> und ist für *Womanize* zuständig. Ihre Aufgabe besteht darin dafür zu werben, mehr Frauen in die Technik-Branche zu bekommen (nicht nur auf Spiele bezogen), da es sehr schwierig sei neue weibliche Fachkräfte in Deutschland zu finden. Ihrer Erfahrung nach, arbeiten die meisten Frauen in diesem Sektor im PR-Bereich, da sie ein sehr gutes Händchen für Zwischenmenschliches haben. GAM(2) hat diesbezüglich in Erfahrung gebracht, dass Grafik ebenfalls ein beliebtes Arbeitsfeld für Frauen sei.<sup>431</sup> Auch Prescott und Bogg stellten fest, dass die meisten Frauen in eher „frauenfreundlichen“ Berufsfeldern anzutreffen sind.<sup>432</sup> Ihre Diagnose, dass Frauen in dieser Branche meist Single und kinderlos sind, kann jedoch in diesem Fall nicht angewendet werden.<sup>433</sup> GAM(5) hat zwar keine Kinder, allerdings lebt sie derzeit in einer Beziehung. Sie fühlt sich sehr wohl in ihrem Bereich und wurde noch nie diskriminiert.<sup>434</sup> Dennoch stellte sie auf ihrem beruflichen Einsatz auf der Gamescom fest, dass es immer noch Vorurteile gibt:<sup>435</sup>

*„Eine von Shift Happens hat mir erzählt, Elena heißt die, dass zum Teil Leute kamen, die dann gefragt haben „He, ist da jemand von den Gamedesignern und -machern gerade am Stand?“ und sie sagte „Ja, die anderen kommen später,*

---

<sup>427</sup> vgl. GAM(5), Zeile 339-345

<sup>428</sup> vgl. Kapitel 6.1

<sup>429</sup> vgl. Kapitel 6.2.2

<sup>430</sup> siehe <http://www.gamesweekberlin.com/> (aufgerufen am 18. August 2015)

<sup>431</sup> vgl. GAM(2), Zeile 320-322

<sup>432</sup> vgl. Kapitel 6.2.2

<sup>433</sup> vgl. Kapitel 6.2.

<sup>434</sup> vgl. GAM(5), Zeile 328-329

<sup>435</sup> vgl. Kapitel 6.2.2

*aber ich bin halt auch vom Team da.“. Sie hat dann gesagt, dass viele Leute sie entweder verwirrt angeschaut oder dann gemeint haben: „Ja, wir kommen später wieder.“. Sie hat das als eine extreme Diskriminierung empfunden.“<sup>436</sup>*

Im Grunde genommen lässt sich schließlich sagen, dass die Spielerinnen der Zukunft positiv entgegen sehen und auch der wachsende Anteil an Frauen ebenfalls positiv aufgenommen wird. „Zukunft ist für jeden offen!“<sup>437</sup>, wie es GAM(3) sieht.

---

<sup>436</sup> GAM(5), Zeile 279-284

<sup>437</sup> GAM(3), Zeile 385

## 10 Zusammenfassung und Diskussion

Um die Fähigkeiten der wissenschaftlichen und kritischen Auseinandersetzung zu demonstrieren, soll nun im Rahmen der Zusammenfassung der Forschungsergebnisse eine Diskussion gestartet werden. Zusätzlich werden in Rücksichtnahme auf die Forschungsfragen sowie Thesen geeignete Hypothesen generiert.

Das Ziel der vorliegenden Forschungsarbeit lag darin, die Frau als Computerspielerin im Hinblick auf ihre Motive, Präferenzen, wie sie Rollenbilder und Darstellung von Weiblichkeitsmodellen wahrnimmt, welche Faszination die Fankultur ausübt und welche Rolle sie darin einnimmt, näher zu beleuchten. Des Weiteren sollte ein Einblick darüber gegeben werden, welchen Einfluss der wachsende Anteil an Frauen auf diese Industrie hat.

Zu Beginn der Analyse wurde der persönliche Hintergrund der Spielerinnen untersucht. Die soziodemographischen Daten sollten aufzeigen, welchem Bildungsniveau die Spielerinnen zugeordnet werden können. Die Ergebnisse zeigen, dass der Bildungsgrad der Untersuchungsgruppe sehr unterschiedlich ist und deshalb keine genaue Einstufung erfolgt werden konnte. Auch war es nicht möglich, eine Übereinstimmung von Berufssparte und Spielinteresse zu finden. Kritisch muss hier angemerkt werden, dass diese Ergebnisse nicht repräsentativ für die Grundgesamtheit aller Spielerinnen sein kann, da die Daten in einer klein angelegten Altersgruppe erhoben wurden, die Probandinnen waren zwischen 22 und 31 Jahren alt. Sie zeigten ein großes Interesse an der Thematik und waren erfreut darüber, dass sie ihr Wissen als Expertinnen teilen konnten.

In Bezug auf die erste Forschungsfrage behaupteten einige Untersuchungen, dass Frauen in der Regel weniger Zugang zu Computerspielen haben, weil sie entweder kein Spielgerät besitzen oder dieses von oftmals männlichen Personen im Haushalt besetzt wird. Dies kann im Rahmen dieser Arbeit nicht unterstrichen werden, da beinahe alle Probandinnen angaben, seit der Kindheit eine Konsole zu besitzen, Videospiele zu spielen und auch von ihrem Vater oder Bruder dazu motiviert worden zu sein. Da es keine These zu dieser Aussage gibt, kann diese als neue Erkenntnis aufgenommen werden. Die andere stimmt mit den Antworten der Probandinnen überein, dass PartnerIn als auch Freundeskreis dazu

beitragen können, dass Frauen mit dem Computerspielen anfangen. Hier wäre es interessant eine Forschung dahingehend zu konzipieren, welche Beweggründe den stärksten Einfluss haben, damit Frauen mit dem Computerspielen anfangen. Hypothesen können diesbezüglich wie folgt aufgestellt werden:

H1.1: Wenn Frauen, die noch nicht spielen, in einer Beziehung mit einem Spieler oder einer Spielerin sind, dann werden sie auch anfangen zu spielen.

H1.2: Je mehr FreundInnen Computerspiele nutzen, desto eher fangen Frauen auch an zu spielen.

H1.3: Je mehr Frauen Handyspiele spielen, desto eher fangen sie auch an „größere“ Computerspiele zu spielen.

In Forschungsfrage zwei ging es darum herauszufinden, was ein Spiel mit sich bringen muss, damit es Frauen interessant finden. Auch wenn sich die Probandinnen nicht ganz einig waren, konnte eine Tendenz hin zu guter Story, Gameplay und Grafik festgestellt werden. Die Möglichkeit Charaktere auswählen und designen zu können ist ebenfalls von Vorteil. Diese Annahmen können zwar nicht auf die Allgemeinheit übertragen werden, jedoch stimmen sie mit den genannten Thesen überein. Diesbezüglich wäre es interessant, noch weitere Nachforschungen anzustellen, welche Rolle diese Attribute genau spielen, welche es noch gibt und inwieweit diese ausgeprägt sind. Hypothesen lauten hierzu:

H2.1: Je besser die Grafik des Spiels ist, desto eher gefällt es Frauen.

H2.2: Wenn ein Spiel eine phantasievolle Grafik hat, dann gefällt diese Frauen.

H2.3: Wenn die Möglichkeit besteht, bei einem Spiel einen Charakter auswählen und designen zu können, dann gefällt es Frauen.

H2.4: Wenn das Spiel ein anspruchsvolles Gameplay hat, dann gefällt es Frauen.

Mit der Frage nach den Präferenzen und Ablehnungen bezüglich Genres bei Frauen beschäftigt sich Forschungsfrage F3. Da die Spielerinnen verschiedenste Spiele spielen und auch nicht immer bei einer Art von Spielen bleiben, kann hier

keine eindeutige Aussage getroffen werden. Jedoch wurden einige Genres genannt, die interessant sein könnten für Frauen. Vor allem alle drei, in der Theorie näher eingegangenen, Onlinespiel-Genres wurden diesbezüglich erwähnt. Insbesondere Rollenspiele<sup>438</sup> erfreuen sich großer Beliebtheit, da Frauen vor allem die kommunikative und soziale Komponente wichtig ist, wie auch die vorhin erwähnte Grafik und Story. Jungwirth's Analyse, obwohl diese im Jahr 1996 durchgeführt wurde, findet hier stellenweise anklang.<sup>439</sup> Die erste These hierzu kann zum Teil angewendet werden, denn ob die Probandinnen diese Spiele bevorzugen, weil sie gerne in eine andere Rolle schlüpfen, konnte hier nicht herausgefunden werden. Hier wären weitere Nachforschungen von Vorteil. Fantasy-Geschichten wurden in Bezug auf Interessen erwähnt, jedoch konnte hier ebenfalls nicht genau festgestellt werden, ob und inwiefern Frauen gerne in eine andere Welt eintauchen.

In Kapitel 6.3.2, wie auch nach Aussagen von zwei Probandinnen, wurde das Spiel *Die Sims* als klassisches Spiel für Frauen genannt. Ob dies nach wie vor noch der Fall ist, wäre interessant nachzuforschen. Das etwas neuere Genre MOBA, wie in Kapitel 4.3.1.3 näher erläutert, galt ebenfalls als beliebt. Es geht sogar soweit, dass eine Spielerin regelmäßig *League of Legends* Turniere besucht und auf das diesjährige Finale der Weltmeisterschaft fährt. Da es sich vor allem bei diesem Spiel um das derzeit größte Online-Free-to-Play-Game handelt, wäre es wissenswert, herauszufinden, inwieweit Frauen involviert sind und welche Faszination dieses Spiel ausübt.

Zwar gaben drei Probandinnen an Shooter zu spielen, jedoch waren sie sich andererseits fast alle einig, dass dieses Genre eher unbeliebt sei bei den meisten Frauen, aufgrund der Kriegsthematik, wie auch in Kapitel 2.3 angegeben. Physische wie auch emotionale Gewalt lehnen Frauen nach Angaben der Spielerinnen Großteils ab und somit sei auch These T3.2 bestätigt. Hypothesen wären hier:

H3.1: Wenn es sich um ein Rollenspiel handelt, dann spielen es Frauen gerne.

H3.2: Wenn es sich um ein MOBA handelt, dann spielen es Frauen gerne.

---

<sup>438</sup> siehe Kapitel 4.3.1.1  
<sup>439</sup> siehe Kapitel 6.3.2

H3.3: Je mehr Gewalt in einem Spiel angewendet wird, desto eher lehnen es Frauen ab.

H3.4: Wenn Frauen gerne in eine andere Welt eintauchen möchten, dann spielen sie Fantasy-Rollenspiele.

Im Rückblick auf Forschungsfrage F4, die sich mit den stereotypischen Geschlechtermerkmalen von Avataren sowie deren geschlechterspezifischen Rollenbildern beschäftigt, galt es herauszufinden, ob oder was sich in den letzten 5-10 Jahren verändert hat. Beinahe alle sind der Ansicht, dass es eine positive Entwicklung diesbezüglich gegeben hat, indem mehr weibliche Spielfiguren eine Hauptrolle bekommen und realistischer dargestellt werden. Eine Befragte betonte hierbei jedoch, dass der Umbruch für sie vor mehr als 10 Jahren stattfand und bezog sich, wie auch drei andere Spielerinnen, auf die Spielikone Lara Croft. Wie in Kapitel 6.1.4 erwähnt, kamen auch Menschen, die nichts mit Computerspielen zu tun hatten, nicht an ihr vorbei. Sie wurde zu einer idealen, virtuellen Kunstfigur, die Abenteuer, Schönheit sowie Erfolg verkörperte und nie alt wurde. Mit den Jahren hatte sich diese Spielfigur von einem sexualisierten, übertriebenen Charakter ohne tiefen Hintergrund zu einer realistischer dargestellten Ikone mit Persönlichkeit hin entwickelt und gilt als markantes Zeichen für diesen positiven Umbruch. Mit ihr nahmen immer mehr Figuren, die einst eine Nebenrolle gespielt haben, eine aktive Rolle ein, wie beispielsweise Princess Peach von *Super Mario*. Jedoch auch wenn dieser Charakter ein eigenes Spiel bekommen hat, zeige er trotz dessen negative, stereotypische Gendermerkmale auf. Dies verdeutlicht, dass es zwar einen positiven Wandel in Bezug auf Geschlechterstereotype und -Rollenbilder gab, jedoch nicht alle Figuren davon profitiert haben und immer noch klischeehaft dargestellt werden.

Des Weiteren wies eine Probandin darauf hin, dass viele Menschen diesen Fortschritt nicht sehen (wollen) und dass es eine Sache der Wahrnehmung sei, wie diese Darstellungen aufgenommen und/oder akzeptiert werden. Zwei Spielerinnen merkten an, dass jedoch nicht nur Frauen sondern auch Männer Opfer stereotypischer Rollenbilder und Darstellungen sein können. In Folge der Ergebnisdarstellung können die angegebenen Thesen übernommen werden. Hypothesen sind hier:

H4.1: Wenn weibliche Hauptprotagonisten nach wie vor negative und stereotypische Gendermerkmale besitzen, dann gefällt das Frauen nicht.

H4.2: Je selbstbewusster und stärker weibliche Hauptprotagonisten dargestellt werden, desto mehr gefällt es den Frauen.

In Forschungsfrage F5 galt es zu klären, welche Attribute weibliche Spielfiguren besitzen müssen, damit diese Frauen gefällt und welche eher abschreckend wirken. Wie aus den Ergebnissen hervorging, sollten weibliche Avatare zum Großteil der jeweiligen Spielwelt angepasst werden und trotz realistischer Darstellung, auch äußerlich ansprechend sein, damit sie Frauen gefallen. Wichtig ist ebenfalls, dass sie eine positive Persönlichkeit und ein Selbstbewusstsein haben sollte. Eine Probandin geht allerdings davon aus, dass die Figur, in Zeiten von Photoshop und Hochglanzmagazinen, diesem künstlichen Schönheitsideal entsprechen sollte, damit dies die breite Frauenmasse trifft. Das zeigt, dass Frauen sehr unterschiedliche Vorstellungen von dieser Thematik haben können. Somit ist eine eindeutige Erkenntnis nicht möglich, sondern lediglich eine Tendenz bemerkbar. Thesen T5.1 und T5.3 können daher nur zum Teil übertragen werden. Jede der Spielerinnen hatte unterschiedliche Vorstellungen, wie sie ihre Spielfigur kreieren würden, von der „authentisch-gebrochenen Frauenfigur“ hin zu „hypersexualisierte Kämpferin“. Somit kann diesbezüglich keine eindeutige Erkenntnis gewonnen werden.

Wie in der Ergebnisdarstellung und in Kapitel 3.2 erwähnt, sehen viele Spielerinnen über Hypersexualisierung hinweg, wenn es dem Gesamtkonzept des Spiels entspricht und nicht zu ernst genommen wird. Dies bedeutet, dass These T5.2 verworfen werden kann. Dennoch, wie in Kapitel 6.1.3, weisen auch Probandinnen darauf hin, dass überstilisierte Frauenkörper problematisch sein können, besonders wenn NutzerInnen nicht im Stande sind Bild und Realität zu getrennt oder/und Nutzerinnen zu wenig Selbstbewusstsein haben. Eine Probandin merkt an, dass es auf die körperliche Beschaffenheit der Probandinnen ankommen kann, wie diese Darstellungen aufgenommen werden. Interessant wäre es diesbezüglich herauszufinden, inwiefern Hypersexualisierung akzeptiert wird und wo die Grenze liegt zur Abneigung, sowie wie die angemerkte körperliche Beschaffung dabei eine Rolle spielt. Hypothesen lassen sich wie folgt formulieren:

H5.1: Je sexualisierter die Figuren dargestellt werden, desto weniger gefällt es den Frauen.

H5.2: Je unzufriedener Spielerinnen mit ihrem Körper sind, desto eher haben sie ein Problem mit hypersexualisierter Darstellung von Spielfiguren.

H5.3: Je mehr hypersexualisierte Darstellung in die jeweilige Spielumgebung passt, desto eher wird dies von Frauen akzeptiert.

H5.4: Je realistischer Frauenfiguren dargestellt werden, desto mehr gefällt das den Spielerinnen.

H5.5: Wenn Frauenfiguren zwar realistisch jedoch nicht äußerlich ansprechend dargestellt werden, dann gefällt das den Frauen nicht.

Im Rahmen der Forschungsfrage F6 und F7 wurde nach dem Identifikationsbedürfnis der Spielerinnen mit Spielfiguren gefragt, welche auch sehr stark mit deren Rolle und Darstellung zusammenhängt. Beinahe alle Probandinnen gaben an, einen Charakter kreieren zu wollen, der ihnen ähnlich sieht, wenn sie die Möglichkeit hätten. Dementsprechend sollte dieser, wie auch vorhin angeführt, realitätsnah sein. Eine Probandin meinte dazu, dass es amüsant wäre „selbst“ durch das Spiel laufen zu können. Gee spricht in diesem Zusammenhang von „projizierter Identität“, welche die virtuelle mit der realen Identität fusioniert.<sup>440</sup> Ein experimenteller Zugang wäre hier interessant, inwiefern sich der Spielstil oder die Interaktion in einer Onlineumgebung ändert, je ähnlicher oder je unterschiedlicher die Avatare zu den Spielerinnen aussehen.

Beinahe alle würden bei der Auswahl der Charaktere, wenn die Fähigkeiten gleich sind, einen weiblichen wählen wegen der Identifizierung. Avatardarstellung hängt sehr viel davon ab, wie Spielende diese erwidern und ihren Spielstil anpassen, wie in Kapitel 5.1 erklärt wird. Eine Spielerin erzählte diesbezüglich, dass es für sie darauf ankommt, ob sie in Ruhe spielen möchte oder nicht, welches Geschlecht sie wählt. Sie hat die Erfahrung gemacht, dass weibliche Avatare grundsätzlich mehr „angesprochen“ werden, egal ob wirklich eine Frau dahinter sitzt oder nicht. Diesbezüglich wäre es aufschlussreich eine experimentelle Nachforschung durchzuführen, inwiefern diese Interaktionen

---

<sup>440</sup> siehe Kapitel 5.2



positiv oder negativ sind und welchen Unterschied es macht, ob sich ein Mann oder eine Frau hinter dem Avatar verbirgt. Bei unterschiedlichen Fähigkeiten merkten alle an, dass weibliche Charaktere zwar beliebter sind, es jedoch sehr stark darauf ankommt, ob es sich um eine Causal oder Hard Core Gamerin handelt. Causal Gamerinnen würden laut ihren Aussagen eher nach Geschlecht sowie Aussehen und Vielspielerinnen eher auf Fähigkeit wie auch ihrem Spielstil gehen. Auch hier kann These T6.1 und T6.2 nicht vollständig übertragen werden, auch wenn Tendenzen bestehen, dass Frauen sich in den meisten Fällen für den weiblichen Avatar entscheiden. Dies heißt aber nicht gleichzeitig, dass sie männliche Charaktere nicht auch ansprechend finden können.

Im Grunde genommen fänden es alle Spielerinnen gut, wenn sie die Möglichkeit hätten, einen weiblichen Charakter auswählen zu können, sofern dieser in das jeweilige Spielsetting und die Story passt. Allerdings geben manche an, dass ihnen Identifikation zwar wichtig ist, dies aber auch mit männlichen Avataren möglich sei, sofern dieser eine positive und ansprechende Persönlichkeit hat. Somit sind die Thesen T7.1 und T7.2 ebenfalls nur teilweise übertragbar. Hypothesen lauten wie folgt:

H6.1: Wenn Spielerinnen die Möglichkeit haben einen Charakter selber zu kreieren, würden sie einen gestalten, der ihnen ähnlich sieht.

H6.2: Je mehr Möglichkeiten Spielerinnen haben ihren Charakter individuell zu gestalten, desto größer ist die Identifikation.

H6.3: Je ähnlicher der Charakter den Spielerinnen sieht, desto mehr können sie sich mit diesem identifizieren.

H7.1: Wenn es sich um eine Causal Gamerin handelt, dann wählt sie ihren Charakter nach Aussehen und Geschlecht aus.

H7.2: Wenn es sich um eine Hard Core Gamerin handelt, dann wählt sie ihren Charakter nach Fähigkeit und Spielstil.

H7.3: Wenn der männliche Charakter eine ansprechende Persönlichkeit hat, können sich Spielerinnen mit diesem identifizieren.

Es wurde in Kapitel 6.1 und 6.3.2 sowie von einer Probandin erwähnt, dass Frauen weniger wettbewerbsorientiert sind. Hier wäre es ebenfalls interessant

genau diese wenigen Frauen, die wettbewerbsorientiert sind, in Bezug auf ihre männlichen Pendants zu untersuchen.

Die nächsten beiden Forschungsfragen F8 und F9 beschäftigen sich mit dem Thema Diskriminierung und Rolle der Frau in der Fankultur. Es gibt viele verschiedene Arten sich in der Fan-Community auszuleben, worauf sich auch Kapitel 6.3.3 bezieht. In dieser Kultur ist eine breite Altersklasse aus verschiedensten Nationen vertreten. Die Faszination, erklären Probandinnen, liegt vor allem an den zahlreichen Möglichkeiten sich auszutauschen, zu diskutieren und Kontakte zu knüpfen. Eine Spielerin erklärt zusätzlich, gewisse Geschichten und Situationen durch diese Interaktivität auf spielerische Art und Weise besser nachvollziehen zu können, wie beispielsweise das Outing einer Lesbe. Dieses Beispiel wäre ein interessanter Ansatz für eine nähere Studie, inwiefern solche Spiele akzeptiert und aufgenommen werden. Ebenso das weitere Beispiel über demenzkranke oder behinderte Menschen, die Computerspiele spielen, kann Basis für eine weitere Auseinandersetzung sein.

Durch die Zunahme an weiblichen Spielern hat sich deren Lage zum Teil verbessert. Sie werden mehr toleriert und akzeptiert und werden auch für die Wirtschaft immer wichtiger. These T9.1 kann somit vollständig übernommen werden. Diskriminierungen, Klischees und Vorurteile sind nach wie vor vorhanden, jedoch markant weniger geworden. Beinahe alle Probandinnen nannten Shooter, als Plattform für die meisten Diskriminierungen, da es sich in den Köpfen nach wie vor um eine Männerdomäne handelt. These T8.1 und T8.2 können somit vorerst abgehakt werden. Die Spielerinnen sind zum Teil sehr aktiv in der Fangemeinschaft vertreten. Von Veranstaltungen in allen Größen, Informationsbeschaffung über diverse Websites, wie beispielsweise GameStar oder Foren-Diskussionen bis hin zu Besuchen auf themenbezogenen Messen. Let's Plays sind die beliebteste Freizeitbeschäftigung der Spielerinnen, allerdings gibt es laut ihnen hier die größten Unterschiede bei den Geschlechtern. Eine Probandin sprach aus Erfahrung, da sie selber aktiv *streamt* und bestätigt, dass mehr Frauen Diskriminierungen ausgesetzt sind als Männer, was sich auf These T8.3 bezieht. Dies könnte mit jenen Frauen zusammenhängen, die diese Plattformen dafür ausnutzen, ihren Körper und nicht ihr spielerisches Können in Szene zu setzen, wie auch in Kapitel 6.3.5 erläutert. Generell handelt es sich hier

um einen sehr interessanten und noch wenig erforschten Bereich, weshalb es hier von Interesse wäre, weitere Studien darüber durchzuführen.

Nicht nur bei Let's Plays, auch in anderen Bereichen gehen viele davon aus, dass Frauen weniger spielerische Fähigkeiten besitzen als männliche Spieler, besonders beim Pro-Gaming.<sup>441</sup> Hier würden sich weitere zukünftige Studien anbieten in Bezug auf Akzeptanz, Unterschiede, Rolle etc. Auch Cosplay spielt in der Fankultur eine wesentliche Rolle. Hier sind sich alle einig, dass Frauen diesbezüglich aktiver sind als Männer, da sie sich unter anderem gerne verkleiden. T9.2 ist somit völlig übertragungsfähig. Dieser Bereich ist generell ein sehr interessantes Phänomen und bietet sich ideal für weitere Forschungen in diese Richtung an, da mittlerweile auch viele Personen und Gruppen Geld damit verdienen können und es somit auch wirtschaftlich interessant ist. Hypothesen lauten wie folgt:

H8.1: Je aufreizender sich Frauen bei Let's Plays anziehen, desto eher werden sie diskriminiert und weniger akzeptiert.

H8.2: Wenn professionelle weibliche Spieler Turniere verlieren, dann wird dies mehr kritisiert als wenn Männer verlieren.

H8.3: Wenn Frauen über Let's Play Shooter spielen, dann stoßen sie öfter auf negative Kritik als bei anderen Genres.

H9.1: Je mehr Frauen es in der Fankultur gibt, je präsenter sie sind, desto mehr werden sie akzeptiert und ihre Rolle positiv bewertet.

H9.2: Wenn es um Cosplay geht, dann sind Frauen aktiver als Männer.

Bei der letzten Forschungsfrage F10 soll Aufschluss darüber gegeben werden, inwiefern der wachsende Anteil an Frauen in der Spiele-Branche die Spielindustrie sowie Fankultur beeinflusst. Wie in Kapitel 6.2.2 hervorging, wuchs die Anzahl an Frauen, die in diesem Bereich arbeiten, um mehr als das Doppelte. Dies wirkte sich, wie auch in These 10.1 erwähnt, auf den positiven Einfluss in Bezug auf die geschlechterstereotypische Darstellung von weiblichen Figuren aus, wie Probandinnen erzählten. Wie vorhin angeführt, werden sie mittlerweile zum Teil realistischer und in Hauptrollen repräsentiert. Es wird mehr auf die

---

<sup>441</sup> siehe Kapitel 6.3.4

Bedürfnisse der Spielerinnen eingegangen und Spiele dementsprechend angepasst und gestaltet. Trotz dessen werden Frauen, die an großen Spielen wesentlich beteiligt sind, noch nicht genug in der Öffentlichkeit präsentiert, meint eine Spielerin. Hier besteht noch mehr Publikationsbedarf. Es gibt mittlerweile einige Initiativen, die sich mit dem Thema befassen, wie in Kapitel 6.2.2 hervorgeht, um die Situation von Frauen in dieser Branche zu verbessern. Auch eine Spielerin ist in diesem Gebiet in Berlin tätig und kümmert sich darum, mehr Frauen für die Technik-Branche zu begeistern. Die Weichen sind laut den Probandinnen gelegt, dass sich die Fankultur von einer Männerdomäne zu einer geschlechtsneutralen Domäne wandelt, wie auch in T10.2 erwähnt.

H10.1: Je mehr Frauen in der Spielekultur arbeiten, desto realistischer werden Spielfiguren dargestellt.

H10.2: Je mehr Frauen in der Spielekultur vertreten sind, desto mehr wird die dominante Männerdomäne schwinden.

Was die Grundgesamtheit weiblicher Computerspieler betrifft, können, aufgrund der geringen Stichprobengröße der vorliegenden Arbeit, keine repräsentativen Aussagen getroffen werden. Ziel dieser Arbeit war es vorwiegend aus den Ergebnissen neue Anknüpfungspunkte und Denkanstöße für weitere Forschungsvorhaben, sowohl im qualitativen als auch quantitativen Bereich zu liefern. Game Studies ist ein junges, jedoch sehr dynamisches Forschungsfeld und bedarf daher konstanter Auseinandersetzung. Es wurden bereits Bereiche genannt, in denen es von großem Interesse wäre, Forschung zu betreiben. Denkbar wären auch Untersuchungen in Richtung Spieleindustrie in Österreich, inwiefern Frauen hier vertreten sind oder auch homosexuelle Spielkultur, die als Beispiel genannt wurden. Auch wäre es interessant herauszufinden, inwiefern eine weibliche Spielfigur mit beispielsweise durchschnittlichen, realistischen Körpermaßen von weiblichen Spielerinnen akzeptiert wird.<sup>442</sup>

---

<sup>442</sup> siehe zum Beispiel [http://derstandard.at/2000020939525/Wie-Frauen-in-Games-mit-durchschnittlichen-Koerpermassen-aussehen-wuerden?\\_slide=1](http://derstandard.at/2000020939525/Wie-Frauen-in-Games-mit-durchschnittlichen-Koerpermassen-aussehen-wuerden?_slide=1) (aufgerufen am 27. August 2015)

## 11 Ausblick

Am Ende einer sozialwissenschaftlichen Arbeit sind Zukunftsprognosen oft sehr riskant und deshalb sollen in diesem abschließenden Kapitel keine allzu gewagten Aussagen getroffen werden.

Frauen haben verschiedene Zugänge, wie sie zum Computerspielen angeregt werden und die häufigsten sind Beziehung, Freunde und Familie. Das Spiel selber sollte eine gute Story sowie Grafik und Gameplay haben, damit es Frauen gefällt. Ein signifikantes Ergebnis konnten diese Erkenntnisse jedoch nicht liefern, deshalb wären zukünftige Forschungen dahingehend, wie auch gegebenenfalls in Bezug auf die Geschlechterunterschiede, interessant.

Shooter gelten nach wie vor als reine Männerdomäne, hier wäre es spannend nachzuforschen, inwieweit sich dieses Genre eventuell ändern sollte, damit es Frauen mehr gefällt und welche Attribute, abgesehen von Gewalt, sie eher abschreckend finden. Eine Untersuchung in Richtung Pro-Shooter-Spielerinnen und ihre Rolle in dieser Szene wäre auch denkbar.

Im Zuge der theoretischen und empirischen Untersuchung wird deutlich, dass stereotypische Rollenbilder sowie Darstellungen zwar vorhanden sind bei männlichen und weiblichen Charakteren, sich jedoch wesentlich verbessert haben. Je nach Spielumgebung und -setting wird dies unterschiedlich aufgefasst und Hypersexualisierung stellt auch nicht immer ein Problem dar, sondern kommt auf die jeweilige Wahrnehmung an. Diese Muster werden in Zukunft noch bestehen bleiben, sei es wegen dem Markt oder auch weil die Veränderung von gesellschaftlichen Einstellungen ein langer Prozess ist. Jedenfalls wäre dieses relativ junge Medium sicherlich dafür passend, die gängigen Rollenbilder weiter zu durchbrechen und noch mehr Realität in die Materie reinzubringen.

Identifikation wurde des Öfteren von den Probandinnen als wichtig empfunden, welches sich durch die Möglichkeiten seinen Charakter, insbesondere bei Online-Rollenspielen, selber gestalten zu können, verstärkt. Zukünftig sollten hier deshalb die Funktionen immer weiter ausgebaut werden, nicht nur optisch, sondern auch in Richtung Charakter und Verhalten der Spielfigur, um mehr weibliche Spielerinnen zu erreichen.

Forschungen in Richtung Fankultur, insbesondere weibliche Fankultur und dessen Auswüchse sowie Auslebung, sind momentan noch rar. Diese sollte in Zukunft mehr Beachtung bekommen, da diese immer präsenter wird und einen großen Einfluss auf SpielerInnen wie auch Nicht-SpielerInnen hat. Vor allem das Phänomen Let's Plays ist mittlerweile sowohl positiv als auch negativ in den Medien vertreten und löst eine Welle an Diskursen aus.

Um herauszufinden, wo noch Verbesserungsmöglichkeiten in der Spieleindustrie vorhanden wären, wurden die Probandinnen nach ihren Wünschen befragt. Beinahe alle wünschen sich eine noch realistischere Darstellung der Charaktere, indem, unter anderem, Proportionen mehr angepasst werden. GAM(2) schlug beispielsweise vor, eine mollige Frau oder eine Frau mit Akne als Hauptprotagonistin einzusetzen.<sup>443</sup> Auch wünscht sie sich mehr Herausforderungen bei den Spielen und kürzere Tutorials, da sie sich zeitweise unterfordert fühlt.<sup>444</sup> Das persönliche Anliegen von GAM(3) wäre hingegen mehr homosexuelle und gender-fluide Charaktere einzusetzen.<sup>445</sup> Da es laut GAM(4) genug Frauen gibt, die technisch nicht sehr versiert sind, sollten die Spieleentwickler ihrer Meinung nach die Anwendungen und Installationsmöglichkeiten benutzerfreundlicher gestalten.<sup>446</sup> GAM(5) findet, dass die Entwicklung bereits in die richtige Richtung geht. Ihr Appell wäre zusätzlich darauf zu achten und zu berücksichtigen, dass es durchaus Frauen gibt, die gerne männlich-stereotypische Spiele spielen:

*„Ich wünsche mir halt, dass die Entwicklung weiter so geht wie es jetzt läuft, dann glaube ich, wird viel Gutes passieren.“<sup>447</sup>*

Dies zeigt, dass die Zukunft der Spielerinnen zwar noch nicht ausgereift sei, jedoch sehen die Spielerinnen dieser positiv entgegen.

Im Zuge dieser Forschungsarbeit wurde deutlich, dass die Grenzen dieser Thematik noch lange nicht ausgeschöpft sind und hier lediglich ein kleiner Überblick gegeben werden konnte, wie die Welt der Spielerinnen aussieht. In der

---

<sup>443</sup> vgl. GAM(2), Zeile 260-261

<sup>444</sup> vgl. GAM(2), Zeile 374-378

<sup>445</sup> vgl. GAM(3), Zeile 406-416

<sup>446</sup> vgl. GAM(4), Zeile 341-347

<sup>447</sup> GAM(5), Zeile 362-364

Literatur wie auch durch die Interviews mit den Probandinnen wurde jedoch erkenntlich gemacht, dass Spielerinnen einen immer größeren Teil in dieser Kultur und Community einnehmen und mittlerweile stärker wahrgenommen werden. Game Studies ist, wie erwähnt, ein sehr junges Forschungsfeld und daher noch lange nicht ausgeschöpft. Deshalb sollte sich die Sozialwissenschaft, besonders die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, in Zukunft mit dem rasant verändernden Medium der Computerspiele und den einhergehenden neuen Kommunikationsräume mehr beschäftigen.





## 12 Literaturverzeichnis

- Aarseth, Espen (2004): Genre Trouble - Narrativism and the Art of Simulation; In: Wardrip-Fruin, Noah/Harrigan, Pat: First Person – New Media as Story, Performance, and Game; MIT Press; Cambridge; S. 45-54.
- Ang, Ien/Hermes, Joke (1994): Gender and/in Media Consumption; In: Angerer, Marie-Luise/Dorer, Johanna (Hg.): Gender und Medien - Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation. Ein Textbuch zur Einführung; Braumüller Verlag (=Studienbücher zur PKW, Bd.9); Wien; S. 114-129.
- Angerer, Marie-Luise/Dorer, Johanna (1994): Auf dem Weg zu einer feministischen Kommunikations- und Medientheorie; In: Angerer, Marie-Luise/Dorer, Johanna (Hg.): Gender und Medien - Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation. Ein Textbuch zur Einführung; Braumüller Verlag (=Studienbücher zur PKW, Bd.9); Wien; 8-23.
- Atteslander, Peter (2003): Methoden der empirischen Sozialforschung; Walter de Gruyter GmbH & Co. KG; 10. Auflage; Rieden.
- Beier, Janna/Schreiber, Simone (2013): Körperwelten, Von Frauen und Männern in, aus und vor dem digitalen Spiel; In: Inderst, Rudolf Thomas/Just, Peter: Build'em Up – Shoot'em Down - Körperlichkeiten in digitalen Spielen; Verlag Werner Hülsbusch; Glückstadt.
- Beil, Benjamin (2013): Game Studies – eine Einführung; LIT Verlag; Münster.
- Bielby, Denise D. (2014): Gender inequality in culture industries; In: Carter, Cynthia/Steiner, Linda/McLaughlin, Lisa: The Routledge Companion to Media and Gender; Routledge; New York; 137-146.
- Bogner, Alexander/Litting, Beate/Menz, Wolfgang (2014): Interviews mit Experten – Eine praxisorientierte Einführung; Springer VS; Wiesbaden.
- Bryce, Jo/Rutter, Jason (2002): Killing Like a Girl - Gendered Gaming and Girl Gamer's Visibility; In: Mäyrä, Frans: Computer games and digital cultures convergence proceedings; Tampere University Press; Tampere; 243-255.
- Castronova, Edward (2005): Synthetic worlds - the business and culture of online games; The University of Chicago Press; Chicago.
- Daviault, Christine/Schott, Gareth (2014): Looking beyond representation – Situating the significance of gender portrayal within game play; In: Carter, Cynthia/Steiner, Linda/McLaughlin, Lisa: The Routledge Companion to Media and Gender; Routledge; New York; S. 440-447.
- Dorer, Johanna/Klaus, Elisabeth (2008): Feministische Theorie in der Kommunikationswissenschaft. In: Winter, Carsten/Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich (Hrsg.): Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft, Grundlegende Diskussionen,

- Forschungsfelder und Theorieentwicklungen; VS Verlag für Sozialwissenschaften; Wiesbaden; S. 91-112.
- Dorer, Johanna/Klaus, Elisabeth (2003): Feministische Medienforschung; In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation; Westdeutscher Verlag; Wiesbaden; 550-564.
- Dovey, Jon/Kennedy, Hellen W. (2006): Game Cultures – Computer Games as New Media; Open University Press; New York.
- Eckes, Thomas (2010): Geschlechterstereotype - Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen; In: Becker, Ruth/Kortendiek, Beate (Hrsg.): Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie; VS Verlag; 3. Auflage; Wiesbaden; S. 178-189.
- Fleck, Jürgen (2008): Virtuelle Welten - Ungenutzte Potentiale für Unternehmen, Gezeigt am Beispiel von Second Life; Diplomica Verlag GmbH; Hamburg.
- Fullerton, Tracy (Hgs.) (2008): Getting girls into the game - Towards a "Virtuous Cycle"; In: Kafai, Yasmin B. (Hgs.): Beyond Barbie & Mortal Kombat - New Perspectives on Gender and Computer Games; MIT Press; Cambridge; S. 137-149.
- Ganguin, Sonja/Hoblitz, Anna (2014): High Score & High Heels – Berufsbiografien von Frauen in der Games-Industrie; Springer VS; Wiesbaden.
- Gee, James Paul (2003): What Video Games Have to Teach Us About Learning and Literacy; Palgrave Macmillan; New York.
- Gee, James Paul/Hayes, Elisabeth R. (2010): Women and Gaming – The Sims and 21st century learning; Palgrave Macmillan; New York.
- Göhnermeier, Lutz (2015): Praxishandbuch Präsentation und Veranstaltungsmoderation – Wie Sie mit Persönlichkeiten überzeugen; Springer VS; Wiesbaden.
- Grapenthin, Hella (2007): Geschlechterdarstellung in Computer- und Videospiele – Die Frage nach der Gleichberechtigung; VDM Verlag Dr. Müller; Saarbrücken.
- Griffiths, Mark/Davies, Mark/Chappell, Darren (2003): Breaking the Stereotype: The Case of Online Gaming; Cyber Psychology & Behavior; Volume 6 (1); Nottingham; S. 81-91.
- Ito, Mizuko (Hgs.) (2010): Hanging out, messing around, and geeking out; MIT Press; Cambridge.
- Jöckel, Sven/Schuhmann, Christina (2010): Spielen im Netz - Online-Spiele als Kommunikation; In: Schweiger, Wolfgang/Beck Klaus (Hrsg.): Handbuch Online-Kommunikation; VS Verlag für Sozialwissenschaften; Wiesbaden; 461-484.
- Jungwirth, Helga (1996): Computerspielen und Geschlechtsrollenbilder; Über Video- und Computerspiel zu einem neuen Selbstverständnis; Bundesministerium für Unterricht und kulturelle Angelegenheiten; Wien.

- Juul, Jesper (2010): *A Causal Revolution, Reinventing Video Games and Their Players*; The MIT Press; Cambridge.
- Kahne, Joseph/Middaugh, Ellen/Evans, Chris (2009): *The Civic Potential of Video Games*; MIT Press; Cambridge.
- Kirkland, Ewan (2009): *Masculinity in Video Games - The Gendered Gameplay of Silent Hill*; In: *Camera Obscura*; Volume 24; Number 2; Duke University Press; 161-183.
- Klein, Michael (2007): *Konstruktionen virtueller Realitäten durch Neue Medien*; In: Frölich, Margrit/Grunewald, Michael/Taplik, Ursula (Hrsg.): *Computerspiele – Faszination und Irritation*; Brandes & Apsel Verlag; Frankfurt am Main; 25-40.
- Klimmt, Christoph (2007): *Positive Wirkungen von Computerspielen*; In: Frölich, Margrit/Grunewald, Michael/Taplik, Ursula (Hrsg.): *Computerspiele – Faszination und Irritation*; Brandes & Apsel Verlag; Frankfurt am Main; S. 53-65.
- Krause, Melanie (2010): *Weibliche Nutzer von Computerspielen – Differenzierte Betrachtung und Erklärung der Motive und Verhaltensweisen weiblicher Nutzer von Computerspielen*; VS Verlag; Wiesbaden.
- Krotz, Friedrich (2009): *Computerspiele als neuer Kommunikationstypus - Interaktive Kommunikationen als Zugang zu komplexen Welten*. In: Quandt, Thorsten/Wimmer, Jeffrey/Wolling, Jens (Hrsg.): *Die Computerspieler - Studien zur Nutzung von Computergames (2. Aufl.)*; VS Verlag; Wiesbaden; S. 25-40.
- Matzenberger, Michael (2008): *Die Zukunft der Computerspiele*; Tectum Verlag; Marburg.
- Mäyrä, Frans (2008): *An Introduction to Game Studies – Games in Culture*; SAGE Publications Inc.; Cornwall.
- Mayring, Phillip (2010): *Qualitative Inhaltsanalyse – Grundlagen und Techniken*; Beltz Verlag; 11. Auflage; Weinheim und Basel.
- McRobbie, Angela (2010): *Top Girls - Feminismus und der Aufstieg des neoliberalen Geschlechterregimes*; VS Verlag für Sozialwissenschaften; Wiesbaden.
- Meuser, Michael/Nagel, Ulrike (2009): *Das Experteninterview – konzeptionelle Grundlagen und methodische Anlage*; In: Pickel, Susanne/Pickel, Gert/Lauth, Hans-Joachim/Jahn, Detlef (Hrsg.): *Methoden der vergleichenden Politik- und Sozialwissenschaft – Neue Entwicklungen und Anwendungen*; VS Verlag für Sozialwissenschaften; Wiesbaden; S. 465-479.
- Moser, Sibylle (2003): *Feministische Medientheorie*; In: Weber, Stefan (Hg.): *Theorien der Medien*; UTB; Konstanz; 224-252.
- Ramsenthaler, Christina (2013): *Was ist „Qualitative Inhaltsanalyse?“*; In: Schell, Martin/Schulz, Christian/Kolbe, Harald/Dunger, Christine (Hrsg.): *Der Patient am Lebensende – Eine Qualitative Inhaltsanalyse*; Springer VS; Wiesbaden; S. 23-42.

- Richard, Birgit (2004): *Sheroes - Genderspiele im virtuellen Raum*; transcript Verlag; Bielefeld.
- Schott, Gareth R./Horrell, Kristy R. (2000): *Girl Gamers and their Relationship with the Gaming Culture*; *Convergence*; Vol. 6(4); S. 36-53.
- Seifert, Robert/Jöckel, Sven (2009): *Die Welt der Kriegskunst – Nutzungsmotivation und Spielererleben im Massively Multiplayer Roleplaying Game World of Warcraft*; In: Quandt, Thorsten/Wimmer, Jeffrey/Wolling, Jens (Hrsg.): *Die Computerspieler – Studien zur Nutzung von Computergames*; 2. Auflage; VS Verlag für Sozialwissenschaften; Wiesbaden; S. 297-312.
- Standke, Sebastian (2013): *Embody the Ones and Zeros! GLaDOS' Wandel vom Programm zum technischen Bewusstsein*; In: Inderst, Rudolf Thomas/Just, Peter: *Build'em Up – Shoot'em Down - Körperlichkeiten in digitalen Spielen*; Verlag Werner Hülsbusch; Glückstadt.
- Valenduc, Gérard/ Vendramin, Patricia (Hgs.) (2004): *Widening Women's Work in Information and Communication Technology*; European Commission; Namur.
- Wimmer, Jeffrey (2013): *Massenphänomen Computerspiele*; UVK Verlagsgesellschaft mbH; Konstanz.
- Zaremba, Jutta (2004): *Gaming Female - Die Computerheldin und ihre weibliche Fankultur*; In: *Feministische Studien*, Heft 1, Lucius & Lucius Verlagsges.mbH, Stuttgart, S. 68-79.
- Zaremba, Jutta (2007): *Gender & Games, Weibliche Spielfiguren und ihre Fankulturen*; In: Frölich, Margrit/Grunewald, Michael/Taplik, Ursula (Hrsg.): *Computerspiele – Faszination und Irritation*; Brandes & Apsel Verlag; Frankfurt am Main; S. 67-77.

## 12.1 Internetquellen

- Bernau, Patrick (12. Oktober 2014): *Bitterer Ernst in der Spielewelt*;  
<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/netzwirtschaft/gamergate-brianna-wu-nach-morddrohungen-in-sicherheit-gebracht-13204256.html> (aufgerufen am 20. August 2015).
- Consalvo, Mia (2012): *Confronting Toxic Gamer Culture - A Challenge for Feminist Game Studies Scholars*; *A Journal of Gender, New Media, and Technology*; No. 1;  
<http://adanewmedia.org/2012/11/issue1-consalvo/> (aufgerufen am 17. August 2015).
- Dickson, Ej (26. März 2014): *From porn to pro gaming - How former adult performers are taking on the 'gamer girl' title*; *The Daily Dot*; <http://www.dailydot.com/esports/porn-stars-to-gamer-girls/> (aufgerufen am 3. Juni 2015).
- Edwards, Kate (Hrsg.) (25 Juni 2014): *Developer Satisfaction Survey 2014 – Summary Report*; international game developers association;

- [https://c.ymcdn.com/sites/www.igda.org/resource/collection/9215B88F-2AA3-4471-B44D-B5D58FF25DC7/IGDA\\_DSS\\_2014-Summary\\_Report.pdf](https://c.ymcdn.com/sites/www.igda.org/resource/collection/9215B88F-2AA3-4471-B44D-B5D58FF25DC7/IGDA_DSS_2014-Summary_Report.pdf) (aufgerufen am 10. Mai 2015).
- Flatley, Kelly (10. Oktober 2013): "Fake" Gamer/Nerd Girls and Why Geek Girl Shaming Needs To Stop; <http://linksaveszelda.com/2013/10/10/fake-gamernerd-girls-and-why-geek-girl-shaming-needs-to-stop/> (aufgerufen am 3. Juni 2015).
- Huntemann, Nina (2013): Introduction - Feminist Game Studies; A Journal of Gender, New Media, and Technology, No.2.; <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-huntemann/> (aufgerufen am 17. August 2015)
- Kellie Foxx-Gonzalez (13. Juni 2012): So We Replaced Sexy Lara Croft With Victim Lara Croft; The Mary Sue; <http://www.themarysue.com/lara-croft-misogyny/> (aufgerufen am 18. August 2015)
- Kontour, Kyle (29. April 2009): Revisiting violent videogames research - Game Studies perspectives on aggression, violence, immersion, interaction, and textual analysis; <http://www.digitalcultureandeducation.com/uncategorized/kontour-2009-html/> (aufgerufen am 21. Mai 2015).
- Layne, Alex/Blackmon, Samantha (2013): Self-Saving Princess - Feminism and Post-Play Narrative Modding; A Journal of Gender, New Media, and Technology; No.2.; <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-layne-blackmon/> (aufgerufen am 17. August 2015).
- Masoud, Nosrati/Ronak, Karimi (2013): General Trends in Multiplayer Online Games; World Applied Programming, Volume 3 (1); <http://www.waprogramming.com/papers/510c0536bfdde8.88395148.pdf> (aufgerufen am 25. Mai 2015).
- O.V. (19.August 2015): Wie Frauen in Games mit durchschnittlichen US-Körpermaßen aussehen würden; [http://derstandard.at/2000020939525/Wie-Frauen-in-Games-mit-durchschnittlichen-Koerpermassen-aussehen-wuerden?\\_slide=1](http://derstandard.at/2000020939525/Wie-Frauen-in-Games-mit-durchschnittlichen-Koerpermassen-aussehen-wuerden?_slide=1) (aufgerufen am 24. August 2015).
- Parkin, Simon (15. März 2015): Women share their #1ReasonToBe in games, in a powerful GDC panel; [http://gamasutra.com/view/news/238165/Women\\_share\\_their\\_1ReasonToBe\\_in\\_games\\_in\\_a\\_powerful\\_GDC\\_panel.php](http://gamasutra.com/view/news/238165/Women_share_their_1ReasonToBe_in_games_in_a_powerful_GDC_panel.php) (aufgerufen am 3. Juni 2015).
- Prescott, Julie/Bogg, Jan (2011): Career Attitudes of Men and Women Working in the Computer Games Industry; Vol. 5 (1); S. 7-28; <http://www.eludamos.org/index.php/eludamos/article/view/vol5no1-2/html2> (aufgerufen am 3. Juni 2015).
- Prescott, Julie/Bogg, Jan (2013): The Gendered Identity of Women in the Gaming Industry; Eludamos; Journal for Computer Game Culture; Vol. 7 (1); S. 55-67;

<http://www.eludamos.org/index.php/eludamos/article/view/vol7no1-3/7-1-3-html>  
(aufgerufen am 3. Juni 2015).

Riendeau, Danielle (6. März 2015): The most vital, emotional panel at GDC was #1ReasonToBe;  
<http://www.polygon.com/2015/3/6/8160653/gdc-women-gaming-1reasontobe> (aufgerufen  
am 3. Juni 2015).

Tan, Philip (2011): Hate Speech in Game Communities – Gambit Hate Speech Project;  
[http://gambit.mit.edu/updates/2011/03/hate\\_speech\\_in\\_game\\_communitie.php](http://gambit.mit.edu/updates/2011/03/hate_speech_in_game_communitie.php)  
(aufgerufen am 17. August 2015).

Taylor, T. L. (2003): Multiple pleasures: Women and online gaming. *Convergence*; Vol. 9(1), S.  
21-46. <http://lmc.gatech.edu/~cpearce3/CourseReadings/TaylorMultiplePleasures.pdf>  
(aufgerufen am 21. Mai 2015).

Terdiman, Daniel (29. Jänner 2007): eBay bans auctions of virtual goods; CNET;  
[http://news.cnet.com/eBay-bans-auctions-of-virtual-goods/2100-1043\\_3-6154372.html](http://news.cnet.com/eBay-bans-auctions-of-virtual-goods/2100-1043_3-6154372.html)  
(aufgerufen am 11. Jänner 2015).

Tropes vs. Women in Video Games: <https://www.kickstarter.com/projects/566429325/tropes-vs-women-in-video-games> (aufgerufen am 17. August 2015).

Vanderhoef, John (2013): Casual Threats: The Feminization of Casual Video Games; *A Journal  
of Gender, New Media, and Technology*, No.2.; <http://adanewmedia.org/2013/06/issue2-vanderhoef/> (aufgerufen am 17. August 2015).

Wimmer, Jeffrey/Sitnikova, Tatiana (2012): The Professional Identity of Gameworkers Revisited.  
A Qualitative Inquiry on the Case Example of German Professionals; *Eludamos. Journal  
for Computer Game Culture*; Vol. 6 (1); S. 153-169;  
<http://www.eludamos.org/index.php/eludamos/article/view/vol6no1-11/6-1-11-html>  
(aufgerufen am 3. Juni 2015).

## 12.2 Weitere Quellen

[http://c.ymcdn.com/sites/www.igda.org/resource/collection/9215B88F-2AA3-4471-B44D-B5D58FF25DC7/igda\\_surveyresults2014\\_v7.pdf](http://c.ymcdn.com/sites/www.igda.org/resource/collection/9215B88F-2AA3-4471-B44D-B5D58FF25DC7/igda_surveyresults2014_v7.pdf) (aufgerufen am 10. Mai 2015)

[http://derstandard.at/2000020939525/Wie-Frauen-in-Games-mit-durchschnittlichen-Koerpermassen-aussehen-wuerden?\\_slide=1](http://derstandard.at/2000020939525/Wie-Frauen-in-Games-mit-durchschnittlichen-Koerpermassen-aussehen-wuerden?_slide=1) (aufgerufen am 27. August 2015)

<http://deutscher-computerspielpreis.de/preis/bundestagsantrag> (aufgerufen am 20. Mai 2015)

<http://econtent.hogrefe.com/doi/abs/10.1026//1617-6383.15.4.131> (aufgerufen am 11. April 2015)

<http://mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf13/JIMStudie2013.pdf>, S. 45 (aufgerufen am 20. Mai 2015)

[http://mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf14/JIM-Studie\\_2014.pdf](http://mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf14/JIM-Studie_2014.pdf), S. 41 (aufgerufen am 20. Mai 2015)

[http://mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf12/KIM\\_2012.pdf](http://mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf12/KIM_2012.pdf) (aufgerufen am 20. Mai 2015)

<http://mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf14/KIM14.pdf>, S. 53f (aufgerufen am 20. Mai 2015)

<http://my.ign.com/atari/centipede> (aufgerufen am 8. Juni 2015)

<http://na.lolesports.com/worlds/2014/worlds-2014/about> (aufgerufen am 10. Mai 2015)

<http://nationalreport.net/15-year-old-swatted-domestic-terrorism/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

[http://praxistipps.chip.de/heroes-of-the-storm-das-ist-anders-im-blizzard-moba\\_33292](http://praxistipps.chip.de/heroes-of-the-storm-das-ist-anders-im-blizzard-moba_33292) (aufgerufen am 23. August 2015)

<http://social-media-abc.de/index.php?title=Follower> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<http://social-media-abc.de/index.php?title=Follower> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

[http://witcher.wikia.com/wiki/Romance\\_card](http://witcher.wikia.com/wiki/Romance_card) (aufgerufen am 15. Juni 2015)

<http://women.igda.org/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<http://www.bigfishgames.com/download-games/genres/17/match-3.html> (aufgerufen am 22. August 2015)

<http://www.biu-online.de/de/fakten/marktzahlen-2014/infografik-nutzer-digitaler-spiele-in-deutschland/infografik-nutzer-digitaler-spiele-in-deutschland-2014.html> (aufgerufen am 20. Mai 2015)

<http://www.comic-con.org/> (aufgerufen am 21. August 2015)

[http://www.diss.fu-berlin.de/diss/servlets/MCRFileNodeServlet/FUDISS\\_derivate\\_00000002047/00\\_01FER\\_TIG\\_MKLS\\_Titel\\_Inhalt.pdf?hosts=](http://www.diss.fu-berlin.de/diss/servlets/MCRFileNodeServlet/FUDISS_derivate_00000002047/00_01FER_TIG_MKLS_Titel_Inhalt.pdf?hosts=) (aufgerufen am 11. April 2015)

<http://www.facebook.com/Sjokz> (aufgerufen am 1. Juni 2015)

<http://www.game-2.de/handel-mit-online-game-inhalten-was-ist-zu-beachten/> (aufgerufen am 30. Mai 2015)

<http://www.game-city.at/> (aufgerufen am 19. August 2015)

<http://www.gamepolitics.com/2015/05/21/league-legends-player-admits-swatting-and-stalking-multiple-victims-us-and-canada#.VboBzjDtIBc> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<http://www.gamescom.de/gamescom/Presse/index.php> (aufgerufen am 10. Mai 2015)

<http://www.gamestar.de> (aufgerufen am 18. August 2015)

<http://www.gamesweekberlin.com/> (aufgerufen am 18. August 2015)

<http://www.geeksquad.co.uk/articles/what-is-steam> (aufgerufen am 23. August 2015)

<http://www.gulli.com/news/26326-dungeons-und-dragons-und-virtual-reality-2015-07-27> (aufgerufen am 22. August 2015)

<http://www.hlportal.de/?sec=cs&site=history> (aufgerufen am 21. August 2015)

<http://www.igda.org/?page=about> (aufgerufen am 10. Mai 2015)

<http://www.igda.org/news/179158/Press-Release-IGDA-Developer-Satisfaction-Survey-results-are-released.htm> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<http://www.inselspeerwerfer.de/games/browsergames-farmspiele> (aufgerufen am 18. August 2015)

<http://www.itwissen.info/definition/lexikon/DirectX.html> (aufgerufen am 23. August 2015)

<http://www.kickstarter.com/projects/566429325/tropes-vs-women-in-video-games> (aufgerufen am 17. August 2015)

<http://www.konsolengamer.com/gamer-lexikon> (aufgerufen am 17. Juni 2015)

<http://www.kstatecollegian.com/2013/04/18/fan-fiction-more-creative-than-most-people-think/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<http://www.medienkompetenz-in-mv.de/lexikon/category-4/computerspiele.html> (aufgerufen am 17. Mai 2015)

<http://www.mobygames.com> (aufgerufen am 21. August 2015)

<http://www.mobygames.com/glossary/genres> (aufgerufen am 21. August 2015)

<http://www.netzwelt.de/news/94622-item-verkauf-steam-oeffnet-marktplatz-handel-echtgeld.html> (aufgerufen am 30. Mai 2015)

<http://www.opferlamm-clan.de/gamerlexikon.html> (aufgerufen am 21. August 2015)

<http://www.pen-paper.at/Rollenspiel/> (aufgerufen am 22. August 2015)

<http://www.polygon.com/features/2014/2/6/5361004/fighting-game-diversity> (aufgerufen am 17. August 2015)

[http://www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/whitepaper\\_videospiele.jhtml](http://www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/whitepaper_videospiele.jhtml) (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<http://www.reddit.com/about/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<http://www.redorbit.com/news/technology/1113305182/female-gamer-i-had-to-hide-my-identity-change-my-name-122614/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<http://www.riotgames.com/articles/20140711/1322/league-players-reach-new-heights-2014> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<http://www.shifthappensgame.com/> (aufgerufen am 23. August 2015)

<http://www.sierragamers.com/roberta-williams> (aufgerufen am 8. Juni 2015)

<http://www.sk-gaming.com/> (aufgerufen am 1. Juni 2015)

[http://www.sk-gaming.com/content/1655361-In\\_Spotlight\\_Miss\\_Rage](http://www.sk-gaming.com/content/1655361-In_Spotlight_Miss_Rage) (aufgerufen am 3. Juni 2015)



<http://www.skype.com/de/about/> (aufgerufen am 18. August 2015)

<http://www.spiegel.de/netzwelt/web/facebook-messenger-videotelefonie-und-anruferkennung-a-1035180.html> (aufgerufen am 18. August 2015)

<http://www.spielbar.de/neu/praxiswissen-computerspiele/lexikon/> (aufgerufen am 17. August 2015)

<http://www.statista.com/statistics/237187/global-video-games-revenue/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<http://www.tagesschau.de/ausland/gamergate-101.html> (aufgerufen am 20. August 2015)

<http://www.theesa.com/wp-content/uploads/2015/04/ESA-Essential-Facts-2015.pdf> (aufgerufen am 13. April 2015)

<http://www.twitch.tv> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

[http://www.twitch.tv/miss\\_rage](http://www.twitch.tv/miss_rage) (aufgerufen am 3. Juni 2015)

[http://www.uni-protokolle.de/Lexikon/Liste\\_von\\_Computerspielen\\_nach\\_Genre.html](http://www.uni-protokolle.de/Lexikon/Liste_von_Computerspielen_nach_Genre.html)

<http://www.womeningamesinternational.org/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<http://www.womeningamesjobs.com/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<http://www.xbox.com/de-DE/games/rare-replay> (aufgerufen am 22. August 2015)

<http://www.youtube.com/channel/UCFSIttri0KQEtuv6Rbw6hnkg> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<http://www.youtube.com/user/CyberSportsNetwork> (aufgerufen am 1. Juni 2015)

<http://www.youtube.com/watch?v=LvYBzCuC1aA> (aufgerufen am 1. Juni 2015)

## 12.3 Videos

feministfrequency: Tomb Raider's Controversial "Rape" Scene  
<https://www.youtube.com/watch?v=dCYNmwt6I0Q> (aufgerufen am 18. August 2015)

Red Bull eSports (15. September 2014): Eefje 'Sjokz' Depoortere: Life of a League of Legends star; <https://www.youtube.com/watch?v=LvYBzCuC1aA> (aufgerufen am 5. Juni 2015)

TheDoctorudUjwVzXopC: Damsel in Distress: Part 1 - Tropes vs Women in Video Games; [https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r_Q) (aufgerufen am 18. August 2015)

Williams, Sky (17. März 2015): Dear Female Streamers.  
<https://www.youtube.com/watch?v=M2ETEpZCQOU> (aufgerufen am 5. Juni 2015)



## 13 Anhang

### 13.1 Transkripte der Interviews

Die Transkripte sowie die originalen Tonaufnahmen befinden sich in der beigelegten CD. Die Transkription verlief unter folgenden Regeln:

- Zu Beginn des Transkript wird die jeweilige Codierung des Interviewpartners angegeben, welche auch bei der Ergebnisdarstellung verwendet wird
- Für die optische Unterscheidung wurden die Fragen in fetter Schrift hervorgehoben und die Antworten in normaler Schrift gesetzt
- Da für diese Forschungsarbeit ausschließlich Inhalte relevant sind, wurden die Transkripte behutsam sprachlich gesäubert, um eine einfache Les- und Bearbeitbarkeit zu gewährleisten. Dialektfärbungen wurden in entsprechendes Schriftdeutsch übertragen (zum Beispiel ...). Wiederholte Satzanfänge, die sich voneinander nicht unterscheiden, wurden zu einem Satz zusammengezogen.
- Auf Pausen im Sprachfluss, zu Beginn oder während des Interviews, wie auch Lachen oder Störungen des Gesprächsverlaufs wurde keine Rücksicht bei der Transkription genommen. Äußerungen oder Kommentare (wie „Mmh“) des Interviewers, die zum Fortfahren des Gesprächs anregen sollten, wurden ebenfalls nicht transkribiert.
- Um die Codierung zu erleichtern wurden die Zeilen der Transkripte nummeriert.
- Doppelte beziehungsweise idente Aussagen wurden zusammengefasst.
- Ausdrücke im Spielerjargon, Fremdwörter oder gewisse umgangssprachliche Wörter (wie „wurscht“ oder „inn“) wurden kursiv formatiert.
- Undeutliche Satzkonstruktionen (zum Beispiel mehrere Anläufe einen Satz zu beginnen) wurden sinngemäß umformuliert.

## **13.2 Kodierleitfaden**

Bei diesem Kategorienschema wurde deduktiv vorgegangen, was bedeutet, dass schon vorher festgelegte, theoretisch begründete Auswertungsaspekte an das Material herangetragen wurde.

Der Katalog besteht aus der Bezeichnung der Kategorie (Variable), der Ausprägung (positiv, negativ, neutral), der Definition, welche zur Beschreibung der Kategorie dient, Ankerbeispielen, die Beispielaussagen aus den Transkriptionen aufgreifen, die kodiert werden sollen und den Kodierregeln, die die Rahmenbedingungen festlegen, nach denen kodiert wurde. Bei den Ankerbeispielen wird in diesem Zusammenhang lediglich die Nummer des Interviews angegeben und nicht die Kodierung der Interviewpartnerin sowie die Zeilennummer (Interview/Zeile).

Auf den darauf folgenden Seiten der Arbeit sollen nun die aus den Interviews gewonnenen Aussagen kodiert werden, um in weiterer Folge mit der Interpretation der Ergebnisse zu beginnen. Zum Abschluss soll es möglich sein, Hypothesen zu bilden und damit die forschungsrelevanten Fragestellungen zu beantworten.

Variable	Ausprägungen	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregeln
Persönlicher Hintergrund	K1: Motivation - positiv	Hier werden alle Beweggründe aufgezählt, die zum Spielen anregen können oder angeregt haben sowie Qualitätskriterien, die Spiele erfüllen sollten, damit sie Frauen gefallen	„Frauen, die aus einem ganz speziellen Interesse anfangen zu spielen“ (3/41-42) „Sie spielen wahrscheinlich auch mit ihrem Partner oder ihren Freunden.“(5/26-27) „die Story haut mich von den Socken“ (3/55) „ist es mir wichtig, dass ich einen Charakter auswählen kann“(4/37-38)	Betrifft alle Aussagen, die positiv dazu beitragen oder beigetragen haben mit dem Spielen anzufangen und die positive Attribute von Spielen vorweisen.
	K3: Spielpräferenzen – positiv & negativ	Hier werden alle Genres aufgelistet, die bei Frauen beliebt oder unbeliebt sind, inklusive Gründe dafür.	„ich würde sagen Rollenspiele spielen viele Frauen gerne“(5/43) „Ich glaube die meisten Frauen stehen nicht so auf Shooter“(5/61)	Alle Aussagen werden diesbezüglich berücksichtigt, sei es positiv oder negativ.
Rollenbilder und Repräsentation von Charakteren	K5: Stereotype – positiv & negativ	In dieser Kategorie werden Äußerungen kodiert, die sich auf eine subjektive Meinung über die Veränderung von Rollenbildern sowie Repräsentation von Charakteren in den letzten 5-10 Jahren bezieht.	„Nein, ist gleich geblieben find ich.“(1/58) „wie zum Beispiel eben Lara Croft. Sie hat ja ein sehr sexuelles Aussehen gehabt und mittlerweile hat sie aber einen normalen Körper bekommen.“(2/108-110) „die Frauen werden definitiv in gewissen Spielen realistischer dargestellt von den Körperproportionen her“(4/102-103) „Im Grunde gibt es sehr-sehr viele starke Frauen mittlerweile“(5/89)	Betrifft alle Äußerungen, die auf eine positive oder negative Veränderung von Rollenbildern sowie Repräsentation von Charakteren zu deuten sind.

	K6: Charakterkonstruktion	In dieser Kategorie werden Äußerungen kodiert, die sich auf Qualitäts- sowie Abneigungskriterien für weibliche Spielfiguren, Meinung zu Hypersexualisierung und Beispiele für Heldinnentypen beziehen.	„dass der Avatar dem Schönheitsideal von der westlichen Welt entspricht“(4/128-129) „Einfach angepasst an das Leben und in was für einer Welt das spielt.“(5/109-110) „Ich mag diese überstilisierte Darstellung von Figuren, auch bei Männern, weil Spiele sind nicht die richtige Welt.“(3/175-176) „Sie würde so ziemlich genauso ausschauen wie aus dem Spiel Infamous Second Son.“(2/147-148)	Alle Aussagen werden berücksichtigt, die sich auf Qualitäts- sowie Abneigungskriterien für weibliche Spielfiguren, Meinung zu Hypersexualisierung und Beispiele für Heldinnentypen beziehen.
	K7: Identifikation	In dieser Kategorie werden Äußerungen kodiert, die sich auf Identifikation sowie dessen Ausprägung und Präferenzen bei der Charakterauswahl sowie die Gründe dafür bezieht	„Also ich find das schon besser, wenn es weibliche Charaktere gibt und mir ist die Identifikation schon wichtig.“(1/122-123) „Ich weiß, dass ich einen weiblichen Charakter wähle, da ich es attraktive finde eine Frau zu spielen, weil ich ja selber eine bin. Wenn ich ihr eine Robe anziehe ist das so, als ob ich mir selber eine Robe anziehe. Ich kann mich halt besser damit identifizieren, als einen Mann anzuschauen.“(2/170-173) „Ich würde sagen einen weiblichen Charakter, einfach weil die Identifizierung größer ist.“(3/224-225) „würde ich wahrscheinlich jemanden machen, der mir sehr ähnlich sieht.“(5/132-133)	Betrifft alle Aussagen, die sich auf Identifizierung, Präferenzen bei der Charakterauswahl und Gründe für diese Wahl beziehen.

Fankultur	K8: Auslebung	Alle Textstellen, die auf die Möglichkeiten, Faszination, Präferenzen sowie geschlechtlichen Unterschiede der Auslebung und Rolle der Frau hinweisen	<p>„Am meisten fasziniert mich, dass das Cosplay so in die Breite geschossen ist.“(4/207)</p> <p>„Ich hab einen Live-Stream-Blog“(2/232)</p> <p>„Ich mag es, dass die Leute miteinander spielen, obwohl sie sehr unterschiedlich sind.“(5/183)</p> <p>„Also Cosplay machen glaub ich mehrere Männer nicht und das ist eher so ein Frauen-Ding.“(2/310-311)</p> <p>„Größtenteils akzeptiert und positiv. Mann und Frau stehen da eigentlich auf der selben Stufe.“(3/304-305)</p>	Es werden alle Aussagen hinsichtlich Möglichkeiten, Faszination, Präferenzen sowie geschlechtlichen Unterschiede der Auslebung und Rolle der Frau berücksichtigt.
	K9: Diskriminierung - negativ	Alle Textstellen, die auf Beispiele, Bereiche von Diskriminierung hinweisen	<p>„Frauen werden halt immer gerne belächelt, natürlich nicht von jedem, dafür, dass angeblich die Männer immer die besseren Spieler sind“(5/202-203)</p> <p>„Pro-Gamerinnen sind genauso gut wie die Männer, nur das Versagen von weiblichen Spielerinnen wird in der „Elite“ mehr stigmatisiert als das von Männern.“(3/328-330)</p> <p>„Ich habe halt die Erfahrung gemacht, dass man als Frau im Internet, als Let's Playerin, auf mehr Hass stößt als als Mann.“(2/290-292)</p>	Alle Aussagen, die sich auf negative Assoziationen mit dem Thema Diskriminierung beziehen.

Frauen und der Spielemarkt	K10: Einfluss - positiv	In dieser Kategorie werden Aussagen über den Einfluss der wachsenden Anzahl an Frauen in der Spiele-Branche auf die Fankultur sowie Spielindustrie sowie die jeweiligen Bereiche kodiert.	„Sicher dahingehend, dass gewisse weibliche Komponenten mehr eingebracht werden.“(4/321-322) „Ich glaube einfach, dass alles weniger ignorant wird.“(2/342)	Nur positive Äußerungen, inkl. Beispiele, werden berücksichtigt.
	K11: Frauenrolle in der Spieleindustrie	Alle Textstellen, die auf die Rolle der Frau in der Spieleindustrie hinweisen	„Ich selber kenne eine Dame, die in der Videospielebranche als Grafikerin tätig ist. Sie sagt auch, dass mehr Frauen Grafik machen - die Textur, Grafikmodelle designen und craften.“(2/320-322) „Also viele Frauen, die ich auch kenne in der Games-Branche, sind im PR-Bereich tätig.“(5/324-325)	Alle Aussagen, die Rückschlüsse auf die Rolle der Frauen in der Spieleindustrie bieten können, werden hier berücksichtigt.
	K12: Zukunft der Frauen	Alle Textstellen, die auf die Einschätzung über die Zukunft der Spielerinnen hinweisen	„Es werden von der Anzahl auf jeden Fall mehr. Also vor 10 Jahren war ich rar sozusagen.“(1/203-204)	Alle Äußerungen werden hier berücksichtigt, die in diese Kategorie fallen.
	K13: Wunsch	Alle Textstellen, die auf Wünsche der Probandinnen an die Spielindustrie hinweisen	„Nicht zu weiblich zu gestalten und die Proportionen zum Beispiel doch realistisch zu machen“(1/220-221) „Dass es da einfach mehr Bezug zur Realität und mehr homosexuelle oder gender-fluide Charaktere gibt“(3/410-411) „Ich wünsche mir halt, dass die Entwicklung weiter so geht wie es jetzt läuft, dann glaube ich, wird viel Gutes passieren.“(362-364)	Alle Äußerungen deuten auf einen Wunsch der Probandinnen an die Spielindustrie hin.



### 13.3 Glossar

Dieses Kapitel dient zur Ergänzung der vorliegenden Arbeit, insbesondere der transkribierten Interviews. Es enthält alle Begriffe, die in der Theorie behandelt oder von den befragten Spielerinnen verwendet und nicht erklärt wurden. Die Erklärungen wurden zum Großteil aus folgenden Links entnommen (Rest wird extra angeführt):

<http://www.spielbar.de/neu/praxiswissen-computerspiele/lexikon/> (17. Juni 2015)

<http://www.medienkompetenz-in-mv.de/lexikon/category-4/computerspiele.html>  
(aufgerufen am 17. Mai 2015)

<http://www.konsolengamer.com/gamer-lexikon> (aufgerufen am 17. Juni 2015)

<http://www.mobygames.com> (aufgerufen am 21. August 2015)

**(Action-)Strategiespiele:** Strategiespiele, wie der Name bereits sagt, legen den Fokus auf taktisches Geschick. Es gibt zwei Arten: Echtzeitstrategie (alle Handlungen werden gleichzeitig ausgeführt) und rundenbasierte Strategie (wie zum Beispiel Schach). Oft wird ein militärischer Hintergrund genutzt. Beispiel: **Command & Conquer-Serie**.<sup>448</sup>

**AAA-Spiele:** Sie sind meist von hoher Qualität und wurden von großen Studios mit großem Budget entwickelt.<sup>449</sup>

**Actionspiele:** Es geht hier um ein Genre, welches vor allem Geschicklichkeit und Reaktionsschnelligkeit erfordert. Spielhandlungen müssen zumeist schnell erfolgen. **Rennspiele**, **Jump 'n' Runs** sowie **Kampfspiele**, wie beispielsweise **Ego-Shooter** können hier eingeordnet werden.

**Ahri:** Weiblicher Charakter aus League of Legends.

**Anno:** Hierbei handelt es sich um ein sehr erfolgreiches Echtzeit Strategiespiel. Durch die Gründung von Kolonien, Ressourcenmanagement, Diplomatie und

---

<sup>448</sup> vgl. Matzenberger 2008; S. 75

<sup>449</sup> vgl. Consalvo 2012; <http://adanewmedia.org/2012/11/issue1-consalvo/> (aufgerufen am 17. August 2015)

Stadtplanung versucht die/der SpielerIn ein eigenes Reich zu Gründen. Ob dies nun durch friedliches Handeln oder durch Kriegshandlungen umgesetzt wird, bleibt der SpielerIn überlassen. Mittlerweile gibt es mehrere Teile dieses Spiels, welche sich hauptsächlich grafisch unterscheiden und das Spielprinzip unverändert lassen.

**Assassin's Creed:** In diesem reinen Singleplayer Spiel übernimmt die/der SpielerIn die Kontrolle über einen Assassinen. Die gesamte Kampagne wird in der Third Person Perspektive gespielt. Am ehesten kann dieses Spiel dem Action-Genre zugeordnet werden, wobei Tarnung und geschicktes Vorgehen zu den Schlüsselementen gehören. Das Gameplay wird bestimmt durch Klettereinlagen an hohen Fassaden und Dächern, Bekämpfen von Gegnern mit Schwert und Pistole, sowie die Eliminierung von Zielpersonen.

**Aufleveln:** Auch Level-Up genannt. Der Begriff bezeichnet den Aufstieg des Spielcharakters in ein höheres Level beziehungsweise Rang aufgrund seiner gesammelten Erfahrung. In der Regel verbessern sich damit Fähigkeiten und Charaktereigenschaften des Helden.

**Banished:** Banished ist ein Aufbauspiel bei dem das Überleben der Bevölkerung im Mittelpunkt steht. Aus der Vogelperspektive übernimmt die/der SpielerIn die Planung einer Siedlung im Mittelalter mitsamt aller damit verbundenen Aufgaben (Nahrungsversorgung, Materialienbeschaffung, Infrastruktur usw.). Der Unterschied zu den meisten anderen Aufbauspielen ist, dass der Fokus auf Realismus und Details liegt.

**Battlefield:** Die/der SpielerIn übernimmt die Rolle eines Soldaten und versucht gemeinsam mit weiteren MitspielerInnen das gegnerische Team in verschiedenen Spielmodi zu überwältigen. Dieses Spiel zählt zu den First Person Shootern.

**Beat'em up:** bezeichnet Spiele, in denen Wettkämpfe auf Rundenbasis gegen sich abwechselnden Gegnern in einer Arena mit Hilfe echter oder fiktiver Kampfstile ausgetragen werden, wie beispielsweise **Mortal Kombat** oder **Street Fighter**.<sup>450</sup>

---

<sup>450</sup> vgl. Matzenberger 2008; S. 71

**Borderlands:** Borderlands ist ein Mix aus First Person Shooter und Rollenspiel. Der/Die ProtagonistIn kann zwischen vier Charakteren (Geschlecht frei wählbar) wählen um in einer Welt voller Banditen, Söldnern und Abenteuern um das Überleben zu kämpfen. Im Laufe des Spiels erkundet die/der SpielerIn einen außerirdischen Planeten und erhält durch das Erfüllen von Missionen Ausrüstungsgegenstände und Erfahrungspunkte. Letztere können zur Freischaltung neuer Fähigkeiten verwendet werden.

**Bot:** Bots sind durch den Computer, gesteuerte Gegenspieler.

**Burning Crusade:** Burning Crusade ist die erste Erweiterung des weltweit erfolgreichen Spiels World of Warcraft. WoW ist das erste bekannt gewordene MMORPG und zugleich auch das am häufigsten gespielte. Grundlage ist eine große Welt mit eigenen Kontinenten, Städten und vielen Missionen. Es gibt zwei Gruppierungen, die Allianz und die Horde, in beiden gibt es mehrere Klassen mitsamt eigener Fähigkeiten zur Auswahl. Aussehen, Geschlecht und Namen können frei gewählt werden und bilden die Basis um einen Charakter durch das Sammeln von Erfahrungspunkten stärker zu machen. Neben den kämpferischen Aspekten gibt es viele Berufe denen die/der SpielerIn nachgehen kann welche sehr wichtig für das Spielkonzept sind. Z.B. ein Schmied kann Waffen herstellen und diese an andere SpielerInnen verkaufen.

**Call of Duty:** Call of Duty ist ein First Person Shooter in dem sich die/der SpielerIn in die Rolle eines Soldaten schlüpft. Schauplätze des Spiels sind größtenteils historische Schlachten aus dem Zweiten Weltkrieg. Unterteilt wird die Singleplayer Kampagne in mehrere Missionen mit jeweils eigenen Zielen. Im Gegensatz zu vielen anderen FPS die den WWII als Hauptthema haben, werden die Schlachten aus der Sicht verschiedener Nationalitäten geführt. Bsp.: In der einen Mission wird auf der Seite der Russen gekämpft und Ziel ist die Eroberung von Berlin. In einer anderen Mission wird als Brite an der Normandie gekämpft. Dieses Spiel hat eine große Multiplayer-Community und gehört zu den bekannten FPS die seit Jahren auf dem Markt sind. Aufgrund des Erfolges wurden schon viele Fortsetzungen des ersten Teils entwickelt.

**Civilization:** Civilization ist ein Strategiespiel welches die/den SpielerIn durch mehrere Epochen der Geschichte führt. Aufgabe ist es eine Nation zu Gründen

und diese zu vergrößern und damit Reichtum und Macht zu erlangen. Auch hier ist es möglich dieses Ziel durch verschiedene Strategien zu erreichen. Krieg, Wissenschaft und Religion sind die Eckpfeiler der Nation und müssen mit Geschick eingesetzt werden um die Konkurrierenden Spieler, NPC's oder MitspielerInnen, zu übertrumpfen. Das Spiel läuft rundenbasiert ab und lässt damit eine sorgfältige Planung der nächsten Züge zu.

**Clan:** Ein Clan ist ein Zusammenschluss von Spielenden zu einer Mannschaft. Grundlage des gemeinsamen Agierens ist der Mehrspieler-Modus von Computerspielen, der durch ein lokales Netzwerk (LAN) oder über das Internet (Online-Spiel) ermöglicht wird. Verschiedene Clans treten dabei in Wettkämpfen gegeneinander an (Clanwar). Eine beliebte Spielvariante sind teambasierte Ego-Shooter wie Counter-Strike, bei denen die gesamte Mannschaft eines Clans mit antritt. Teams in Online-Rollenspielen (MMORPGs) werden dagegen üblicherweise als Gilde bezeichnet.

**ComiCon:** Comic-Buch Messe (weltweit).<sup>451</sup>

**Counter Strike:** Einer der bekanntesten First Person Shooter Titel der Welt. Es gibt zwei Teams, Terroristen und Counter-Terroristen, die jeweils aus bis zu 16 Spielern bestehen können. Auf verschiedenen Karten versuchen sich die Teams durch taktische Manöver auszuschalten. Das Spiel wurde zuerst als Mod zu dem FPS Half-Life entwickelt und war kostenlos als Download verfügbar. Nach dem Durchbruch wurde Counter Strike als eigenständiges Spiel vermarktet, die Counter Strike Fortsetzungen erfreuen sich auch heute noch großer Beliebtheit.<sup>452</sup>

**CSGO (Counter Strike: Global Offensive):** Ein Spiel der **Counter Strike**-Reihe, das 2012 veröffentlicht wurde.

**Diablo:** Ein sehr bekanntes Action-Rollenspiel. Die/der SpielerIn steuert seine/n HeldIn aus der Vogelperspektive in klassischer 2D Ansicht. Simple „point-and-click“ Mechaniken prägen dieses Spiel. Mehrere Klassen (BarbarIn, ZauberIn usw.) können mit unterschiedlichen Fähigkeiten ausgestattet werden um gegen Massen an Feinden bestehen zu können. Ziel des Spiels ist es möglichst gute

---

<sup>451</sup> vgl. <http://www.comic-con.org/> (aufgerufen am 21. August 2015)

<sup>452</sup> vgl. <http://www.hlportal.de/?sec=cs&site=history> (aufgerufen am 21. August 2015)

Ausrüstungsgegenstände durch das Töten der Gegner zu finden umso noch mächtiger zu werden.

**DirectX:** DirectX ist ein von Microsoft ins Leben gerufener Sammelbegriff für verschiedenste Programmierschnittstellen. Damit dient DirectX als Entwicklerplattform für grafische Schnittstellen auf die andere Entwickler zugreifen können. Der Vorteil ist, dass die Entwickler hardware-spezifische Features verwenden können, ohne hardware-spezifische Codes schreiben zu müssen. DirectX ist heute der Standard für Multimedia-Anwendungen unter Windows.<sup>453</sup>

**Ein-/Ausloggen:** In ein Spiel einsteigen oder aussteigen

**Facebook-Messenger:** Seit 2015 ist es möglich über das soziale Netzwerk Facebook, mit Hilfe der Applikation Facebook-Messenger, ähnlich wie bei Skype, Videoanrufe durchzuführen.<sup>454</sup>

**Farmspiele:** Hierbei handelt es sich um einfache Browser-Spiele, bei denen die Spieler einen Bauernhof oder eine Farm bauen und Ressourcen anbauen, ernten sowie sich um Tiere kümmern.<sup>455</sup>

**Final Fantasy (FF):** FF ist eines der bekanntesten **Japanese-Style** Rollenspiele. Dieses Subgenre unterscheidet sich von den klassischen Rollenspielen durch die Darstellung der Charaktere und dem Design der Welt, welche typisch für die japanische Spiele-Kultur sind. Die/der SpielerIn befindet sich auf einer Abenteuerreise quer durch eine riesige Welt und begegnet im Laufe der Story unzähligen Herausforderungen verschiedenster Art. Neben Rätseln, interessanten Dialogen und kleineren Minispielen, steht der Kampf im Vordergrund. Der Protagonist begegnet nach und nach NPC's die sich seiner Sache anschließen. Größtenteils zufallsbasiert trifft die/der SpielerIn auf Gegner, die Kämpfe finden im Echtzeit-Action Modus statt. Die Charaktere gewinnen durch das Sammeln von Erfahrung zusätzliche Fähigkeiten und werden stärker.

---

<sup>453</sup> vgl. <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/DirectX.html> (aufgerufen am 23. August 2015)

<sup>454</sup> vgl. <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/facebook-messenger-videotelefonie-und-anruferkennung-a-1035180.html> (aufgerufen am 18. August 2015)

<sup>455</sup> vgl. <http://www.inselspeerwerfer.de/games/browsergames-farmspiele> (aufgerufen am 18. August 2015)

Zauber, Waffen und viele benutzbare Gegenstände bilden die Basis jedes Kampfes.

**Flamen:** Flamen bedeutet übersetzt soviel wie jemanden niedermachen, anmachen oder beschimpfen.

**Follower:** Personen, die diese Videos/diesen Channel regelmäßig verfolgen.

**Gamecity:** Spielmesse in Wien.

**gebashed/bashen:** Den Gegner mit einem (Kolben)-schlag erledigen. Besonders erniedrigend für den "gebashten" wenn sich der Angreifer von hinten anschleicht. Selten auch letzte Notwehr wenn im nahen Zweikampf das eigene Magazin leer ist. In Call of Duty 5 und einigen Modifikationen auch mit einem Messer "gemessert" ähnlich erniedrigend für das Opfer.<sup>456</sup>

**Gilde:** Eine Gilde ist eine Gruppe von Spielenden in Online-Rollenspielen, so genannten MMORPGs. Die Zugehörigkeit zu einer Gilde ist in manchen Spielsituationen unverzichtbar, da eine anstehende Aufgabe nur gemeinsam bewältigt werden kann. Häufig pflegen die Mitglieder einer Gilde auch außerhalb der virtuellen Spielwelt den sozialen Kontakt untereinander.

**Grand Theft Auto (GTA):** In GTA schlüpft die/der SpielerIn in die Rolle eines kriminellen Handlangers. Durch die Erfüllung von Aufträgen für kriminelle Bosse steigt das Ansehen bei verschiedenen Fraktionen bzw. sinkt es bei anderen. Schauplatz ist eine Stadt die der Realität nachempfunden wurde, so gibt es Menschen, Autos, Bars, Hotels, Taxis etc. Die meiste Zeit befindet sich die/der Spieler in einem Auto und fährt zu verschiedenen Missionszielen. Die Handlungsfreiheit, und auch die Auswirkungen der Entscheidungen in diesem Spiel beeinflussen den weiteren Verlauf der Geschichte und bringen die/den SpielerIn immer wieder in moralische Konflikte. Es kann aus der Ego-, als auch aus der Third Person Perspektive gespielt werden.

**Halo:** Halo ist ein First Person Shooter im Science Fiction Stil. Die/Der SpielerIn übernimmt die Rolle einer/s HeldIn, die/der zusammen mit anderen NPC's und/oder mit einem Mitspieler die Welt vor einer außerirdischen Bedrohung retten

---

<sup>456</sup> vgl. <http://www.opferlamm-clan.de/gamerlexikon.html> (aufgerufen am 21. August 2015)

soll. Die Möglichkeit mit anderen Spielern eine komplette Geschichte/Kampagne durchspielen zu können hebt dieses Spiel von vielen anderen FPS ab.

**Heroes of the Storm:** Ein von Blizzard entwickelter MOBA, der Figuren aus den bekannten Spielen-Reihen Warcraft, Diablo und StarCraft beinhaltet. Im Unterschied zu League of Legends wird nicht nur ein Spieler, sondern das ganze Team belohnt, wenn ein/e gegnerische/r HeldIn besiegt wurde. Weiters können sie keine Items kaufen, sondern es kommen alle Aktionen dem eigenen Team zugute und jede Karte bietet unterschiedliche Möglichkeiten, um die feindliche Basis zu zerstören.<sup>457</sup>

**Infamous Second Son:** Infamous Second Son ist ein Actionspiel welches aus der Third Person Perspektive gesteuert wird. Die/der SpielerIn hat die Wahl den Charakter gut oder böse zu gestalten. Im Laufe der Geschichte des Spiels gibt es viele Möglichkeiten sich eine dieser beiden Seiten anzuschließen bzw. Punkte für die jeweilige Seite zu sammeln. Abhängig davon wie viele Punkte gesammelt wurden, können spezielle Fähigkeiten freigeschaltet werden. Als Spielwelt dient die Stadt Seattle, die Geschichte ist dabei nicht linear aufgebaut, was eine freie Bewegung in der ganzen Welt ermöglicht.

**International Games Week:** Eine deutsche Kommunikations- und Networkingplattform für internationale InvestorInnen, PublisherInnen, SpieleentwicklerInnen und VertreterInnen der gesamten Medienindustrie.<sup>458</sup>

**Jaina Proudmoore:** Ein weiblicher Charakter aus World of Warcraft.

**Japano-Rollenspiele:** siehe **Final Fantasy**

**Jump'n'Run:** Das Genre Jump ,n' Run war früher eines der bekanntesten. Der Avatar kann im klassischen 2D-Jump ,n' Run entweder von links nach rechts oder oben nach unten bewegt werden und mit präzisen Sprüngen GegnerInnen deaktivieren und Belohnungen erhalten, wobei sich der Hintergrund stetig mitbewegt. Heutzutage gibt es zahlreiche 3D-Titel in der die Figur in alle

---

<sup>457</sup> vgl. [http://praxistipps.chip.de/heroes-of-the-storm-das-ist-anders-im-blizzard-moba\\_33292](http://praxistipps.chip.de/heroes-of-the-storm-das-ist-anders-im-blizzard-moba_33292) (aufgerufen am 23. August 2015)

<sup>458</sup> vgl. <http://www.gamesweekberlin.com/> (aufgerufen am 18. August 2015)

Richtungen gehen kann. Zu den populärsten Spielen gehören: **Super Mario-Serie** und **Donkey Kong**.<sup>459</sup>

**Lag:** Ein Lag bedeutet Unterbrechungen im Spielverlauf, verursacht durch technisch bedingt durch Serverprobleme, die eigene eingeschränkte Leistung des PC oder andere Störungen technischer Art.

**Last of Us:** Last of Us ist ein Survival-Horror-Computerspiel und fokussiert sich auf die beiden Charaktere Joel und Ellie. Beide Überlebende ziehen durch die postapokalyptischen USA, in der die meisten Menschen sich mit der Cordyceps Brain Infection (CBI), die durch Pilze übertragen wird, angesteckt haben und sich binnen zwei Tagen in Zombie-ähnliche Kreaturen verwandeln. Die Spielenden kontrollieren hierbei in der Third Person Perspektive hauptsächlich Joel und teilweise Ellie. Ähnlich wie **Uncharted** ist das Gameplay eine Kombination aus Actionelementen, Entdeckungen und das Lösen von Puzzle.

**Left4Dead:** In Left4Dead handelt es sich um einen First Person Shooter bei dem die/der SpielerIn in einem Team aus vier MitspielerInnen oder NPC's um das Überleben kämpfen. Ziel ist es ein Gebiet voller Zombies zu durchqueren wobei verschiedenste Waffen und Gegenstände gefunden werden können um den Herausforderungen gewachsen zu sein.

**Legend of Zelda:** Legend of Zelda ist eine Spieleserie von Nintendo und wurde erstmals 1986 veröffentlicht. In diesem **Action Adventure-Spiel** wird traditionell actionbasiertes Gameplay mit dem Lösen von Puzzle und leichten Rollenspiel-Elementen kombiniert. Es spielt in einem magischen, mittelalterlichen sowie phantasievollen Land namens Hyrule, in dem drei Hauptcharaktere von Bedeutung sind: der Protagonist, ein Junge namens Link, die Prinzessin Zelda, deren Rettung das Ziel des Spiels darstellt und der Antagonist, ein böser Magier namens Ganon oder Ganondorf.

**Leisure Suit Larry:** Bei diesem Spiel handelt es sich um ein **Click & Point Adventure**. Im Fokus ist ein Mann im mittleren Alter namens Larry Laffer, der auf der Suche nach seiner Liebe des Lebens sich mit Frauen verabredet und verschiedene Mini-Rätsel und Aufgaben auf dem Weg lösen muss.

---

<sup>459</sup> vgl. Matzenberger 2008; S. 72



**Match 3 Games:** Hier versuchen SpielerInnen mittels verschieben und anpassen drei gleichfarbige Gegenstände in eine Reihe zu bekommen. Dieses Genre gehört zu den Causal Games. Ein bekanntes Beispiel hierfür ist Candy Crush.<sup>460</sup>

**Mirror's Edge:** Mirror's Edge ist ein Actionspiel, welches aus der First Person Perspektive gespielt wird. Hauptspielemente sind Parcours-Einlagen wie z.B. Mauersprünge, Saltos und weitere Fähigkeiten, die die Bewegungsfreiheit unterstützen. Der vergleichsweise schnelle Spielstil zeichnet dieses Spiel aus. Es handelt sich um ein reines Singleplayer Spiel, dessen Geschichte an den gleichnamigen Spielfilm anlehnt.

**Morrowind:** Morrowind ist ein Rollenspiel bei dem die/der SpielerIn seine Klasse, Rasse, Fähigkeiten, Aussehen, sowie Geschlecht komplett selbst gestalten kann. Anders als bei den meisten Rollenspielen steigern sich die Fähigkeiten nicht nur durch das Sammeln von Erfahrung, sondern ebenso durch deren Anzahl an Ausübungen. Des Weiteren zeichnet sich dieses Spiel durch eine besonders große Spielwelt aus, welche sehr vielfältig ist und unzählige Aufgaben bereithält die je nach Vorliebe der SpielerIn auf unterschiedliche Art (List, Überreden, Gewalt etc.) gelöst werden können. Die Spielperspektive kann zwischen First Person und Third Person frei gewählt werden.

**Mortal Kombat:** Dieses Spiel ist ein Klassiker in dem **Beat 'em Up-Genre**. Die/der SpielerIn kann einen von mehreren Charakteren auswählen und mit diesem gegen NPC's antreten. Ziel ist es in den gegnerischen Lebensbalken auf null zu bringen und damit die Runde zu gewinnen. Ein ausgefeiltes Kampfsystem sorgt für Abwechslung und ermöglicht die Verwendung spezieller Fähigkeiten, welche durch Drücken der richtigen Tastenkombinationen ausgeführt werden. Dabei können ebenso SpielerInnen gegen SpielerInnen antreten. Gespielt wird aus einer Seitenperspektive, bei alten Teilen ausschließlich in 2D und bei modernen mit 3D Elementen.

**Nerd:** Bezeichnet meist abwertend Menschen, die als Computer-, Technik- oder Spiele-Freaks gelten und hier ein großes Fachwissen aufweisen.

---

<sup>460</sup> vgl. <http://www.bigfishgames.com/download-games/genres/17/match-3.html> (aufgerufen am 22. August 2015)

**Noob:** AnfängerInnen in Videospiele, die kein Interesse haben, ein Spiel korrekt zu beherrschen. Der Ausdruck findet auch Verwendung bei der Bezeichnung von Profis, deren Verhalten im Spiel an Anfänger erinnert.

**Noobie:** siehe Noob

**Nostalgie/Retro-Spiele:** Seit ein paar Jahren gibt es einen Trend zu sogenannten Retro-Spielen, meistens aus den 1980er oder 1990er Jahren. Sie zeichnen sich durch ein vereinfachtes Gameplay und eine einfache, pixelhafte Grafik aus.<sup>461</sup>

**Offline-Games:** Computerspiele, für die während des Spielens keine Internetverbindung benötigen.

**Orcs must die!** In Orcs must die! übernimmt die/der SpielerIn die Kontrolle über eine/einen KriegsmagierIn und muss Festungen gegen Horden von Orks und anderer Fantasiegeschöpfe verteidigen. Als Mittel zum Zweck dienen Fallen und Waffen welche durch Fortschritte im Spiel verbessert werden können. Für ein Spiel aus der Tower Defense Reihe eher unüblich, wird aus der Third Person Perspektive direkt in die Kampfhandlungen eingegriffen.

**Pen&Paper-Rollenspiel:** Mitwirkende versetzen sich in eine fiktive Rolle und werden durch Erzählungen der Spielleiterin oder des Spielleiters durch eine phantasievolle Welt geführt. Hauptutensilien hierbei sind Würfel, Spielbrett, Stift und Papier beziehungsweise Charakterbögen. Die Welt, Charaktere und Abenteuer entstehen ausschließlich in den Köpfen der SpielerInnen.<sup>462</sup> Eines der bekanntesten Pen & Paper Spiele ist **Dungeons & Dragons (D&D)**. Dieses Spiel hat sein eigenes Regelwerk und verwendet eine Spielmechanik die auf Spielwürfeln basiert. Aufgrund der Popularität von D&D wurde es in vielen nachfolgenden Spielen als Regelsystem in virtueller Form übernommen und ist bis heute die Basis vieler Rollenspiele.<sup>463</sup>

**Portal:** Die Handlung spielt in geheimnisvollen Aperture Science Laboratories, in denen SpielerInnen mittels Portal Gun (mit denen sie Portale schießen können),

---

<sup>461</sup> vgl. Beil 2013, S. 13ff

<sup>462</sup> vgl. <http://www.pen-paper.at/Rollenspiel/> (aufgerufen am 22. August 2015)

<sup>463</sup> vgl. <http://www.gulli.com/news/26326-dungeons-und-dragons-und-virtual-reality-2015-07-27> (aufgerufen am 22. August 2015)

das Bewegen von verschiedenen Objekten und das Lösen von Rätseln zum Ausgang gelangen müssen. Dieses Spiel wurde als Mod von Half-Life, einem FPS, entwickelt und gehört zu den First Person **Puzzle-Spielen**.<sup>464</sup>

**Princess Peach/Daisy:** Spielfiguren aus dem Spiel Super Mario.

**Puzzle-Spiele:** Ein Computerspiel-Genre, das sich auf das Lösen von Puzzle spezialisiert. Bei Action-Puzzle-Spiele brauchen die Spielenden zusätzlich noch ein schnelles Reaktionsvermögen.<sup>465</sup>

**Quest-Geber:** So werden AI's genannt die innerhalb eines Spiels Missionen/Aufgaben für die SpielerInnen vergeben.

**Quests:** Aufgaben innerhalb eines Computerspiels, die gelöst werden müssen, um die Story voranzutreiben.

**Raid:** Der Begriff findet sich oft in MMORPGs und bezeichnet den Zusammenschluss von Spielenden über einen kurzen Zeitraum hinweg zur gemeinsamen Lösung von Spielaufgaben wie umfangreiche Quests oder Kämpfe gegen übermächtige Gegner.

**Rare Replay:** Zum 30. Jubiläum des Spieleentwicklers Rare wurden die Abenteuer der ikonischen Figuren einer Sammlung von 30 Spielen aus dieser Zeit veröffentlicht. Angefangen von den frühen 2D-Klassikern bis hin zu XBOX 360 Erfolgen.<sup>466</sup>

**Reddit:** Eine Art Online-Community, wo UserInnen Inhalte bewerten können.<sup>467</sup>

**Rennspiele:** Bei Rennspielen lenkt der Spieler oder die Spielerin meist auf Runden- sowie Wettkampfbasis ein Fahrzeug und versucht die schnellste Zeit zu erfüllen. Hier unterscheiden sich realitätsnahe Racer (wie die Need for Speed-Serie) mit teilweise originalen Strecken, Boliden und einer wirklichkeitsgetreuen Fahrdynamik von Fun-Titeln (z. B. Super Mario Kart-Serie), in denen die Schwerkraft überwunden oder Power-Ups und Waffen im Comic-Stil eingesetzt werden.<sup>468</sup>

---

<sup>464</sup> vgl. <http://store.steampowered.com/app/400> (aufgerufen am 21. August 2015)

<sup>465</sup> vgl. <http://www.mobygames.com/glossary/genres> (aufgerufen am 21. August 2015)

<sup>466</sup> vgl. <http://www.xbox.com/de-DE/games/rare-replay> (aufgerufen am 22. August 2015)

<sup>467</sup> vgl. <http://www.reddit.com/about/> (aufgerufen am 3. Juni 2015)

<sup>468</sup> vgl. Matzenberger 2008; S. 72f

**Saints Row:** Saints Row ist ein Third Person Shooter im Stil von GTA. Gespielt wird in einer großen Welt, welche der/dem SpielerIn die Möglichkeit zur freien Interaktion mit der Umgebung gibt. Die/der ProtagonistIn kann zu Beginn des Spiels gewählt und angepasst werden. Zusammen mit einer Gang wird gegen rivalisierende Gangs gespielt. Rasante Verfolgungsjagden, Häuserkämpfe und kriminelle Geschäfte sind die Hauptbestandteile dieses Spiels.

**Shift Happens:** Dieses Jump'n'Run-Spiel wurde im September 2015 veröffentlicht und ist auf **Steam** erhältlich. SpielerInnen versuchen gemeinsam mit den Figuren Bismo und Plom Hindernisse zu überwinden und Puzzle zu lösen. Auch wenn der Schwerpunkt dieses Spiels auf Kooperation liegt, gibt es auch einen Singleplayer-Modus.<sup>469</sup>

**Simulationen:** Bei Simulationen gibt es zwei Kategorien: einerseits jene, in denen mit limitierten Ressourcen gewirtschaftet wird, Gemeinschaften, Reiche (z. B. Age of Empires-Serie, Anno-Serie) oder Institutionen (z. B. Themepark World) entwickelt und verwaltet werden und andererseits die realitätsgetreue Steuerung von Fahrzeuge (Eisenbahn, Flugzeuge etc.).<sup>470</sup>

**Singstar:** Eine Karaoke-Spiele-Serie für die PlayStation-Konsole.

**Skype:** Skype gehört zum Microsoft-Konzert und ist eine kostenlose Software, die das (Video-) Telefonieren über Computernetzwerke, oder auch Smartphone, ermöglicht. Zusätzlich unterstützt das Programm auch Chatfunktionen, Dateiübertragungen und Screen-Sharing.<sup>471</sup>

**Skyrim:** Skyrim ist der neuste Nachfolger von Morrowind und spielt sich auf die gleiche Weise. Die Spielmechaniken wurden modernisiert und grafisch ist die Welt wesentlich lebendiger geworden. Abgesehen von der Hauptgeschichte hat sich im Vergleich zum Vorgänger nicht viel am Geschäftsmodell geändert.

**Steam:** Steam ist eine Spieleplattform die alle über Steam installierten Spiele in einer Bibliothek anlegt und verwaltet. Grundsätzlich ist Steam als Spieleportal gedacht und bietet eine Alternative zum herkömmlichen Kauf eines Spiels. Die/der Konsument installiert die kostenlose Software und aktiviert das Spiel via

---

<sup>469</sup> vgl. <http://www.shifthappensgame.com/> (aufgerufen am 23. August 2015)

<sup>470</sup> vgl. Matzenberger 2008; S. 74

<sup>471</sup> vgl. <http://www.skype.com/de/about/> (aufgerufen am 18. August 2015)

Steam, des Weiteren hält das Programm alle Spiele aktuell und bietet besonders preiswerte Sonderangebote für Spiele jeglicher Art. Mittlerweile ist Steam die größte aller Spieleplattformen und übernimmt die Rolle der/des VerkäuferIn, Kopierschutz, sowie das Herunterladen von neuen Updates zu den über Steam installierten Spielen.<sup>472</sup>

**Strategiespiel:** Strategiespiele, wie der Name bereits sagt, legen den Fokus auf taktisches Geschick. Es gibt zwei Arten: Echtzeitstrategie (alle Handlungen werden gleichzeitig ausgeführt) und rundenbasierte Strategie (wie zum Beispiel Schach). Oft wird ein militärischer Hintergrund genutzt. Beispiel: Command & Conquer-Serie.<sup>473</sup>

**Super Mario:** Super Mario ist der bekannteste Jump'n'Run Titel den die Spielgemeinschaft hervorgebracht hat. Protagonist ist der italienische Klempner Mario, der zusammen mit seinem Bruder Luigi eine Prinzessin befreien muss. Der Antagonist hat die Prinzessin entführt und legt Mario immer wieder Steine in den Weg. Gespielt wird Grundsätzlich aus der Third Person Sicht, die älteren Teile dieses Spiels wurden in 2D entwickelt und gehören zu den side-scrolling Subgenre. Beliebt wurde dieses Spiel nicht aufgrund der Story Line, sondern durch die kniffligen Level, die es zu überstehen gilt.

**Teamspeak:** Bei Teamspeak handelt es sich um ein Sprachchat, der vor allem unter Computerspielern sehr beliebt ist. Besonders bei Spielen, in denen mehrere Spieler als Team antreten, wird Teamspeak genutzt, um Kommandos zu geben und die Mannschaft zu koordinieren. In der Regel benutzt man dafür ein Headset (Kopfhörer mit Mikrofon), um die Hände für das Spiel frei zu haben.

**Terranigma:** Terranigma ist ein Aktion Rollenspiel im 2D Format. Die Charaktere können durch das Abschließen von Aufgaben neue Fähigkeiten freischalten und spezielle Objekte erwerben. Die Gegner werden mit verschiedensten Waffen, Zaubern und Techniken bekämpft. Im Vordergrund steht die umfangreiche Story.

**Tetris:** Tetris ist ein Block Stacking Spiel und wurde seit dem Verkauf der ersten Game Boys berühmt. Die/der SpielerIn stapelt Baublöcke welche, sobald sie eine

---

<sup>472</sup> vgl. <http://www.geeksquad.co.uk/articles/what-is-steam> (aufgerufen am 23. August 2015)

<sup>473</sup> vgl. Matzenberger 2008; S. 75

komplette Reihe ergeben, verschwinden und Punkte geben. Das Spiel ist verloren sobald die Blöcke sich bis nach ganz oben stapeln und kein Platz für neue Blöcke ist. Seit der ersten Version von Tetris wurden unzählige Tetris-Klone entwickelt, weshalb es bis heute auf allen Plattformen erhältlich ist (PC, Konsolen, Smartphones etc.).

**The Incredible Adventures of Van Hellsing:** Hierbei handelt es sich um ein Action-Rollenspiel, indem Spielende den Sohn des legendären Arthur Van Hellsing, einem Vampirjäger, spielen und dessen Arbeit fortsetzen. Dieses Spiel hat **Diablo**-ähnliche Elemente, welche das Aufdecken von Karten, Vernichtung von Monstern und anderen Gegnern, das Finden/Sammeln von Schätzen und das Rüsten sowie Verbessern des Charakters beinhaltet.

**Tutorial:** Bezeichnung für ein Einführungsprogramm, das die wichtigsten Spielmöglichkeiten sowie die Handhabung und Steuerung eines Computerspiels grundlegend erklärt. Das Vorgehen wird nach dem Prinzip „Learning by Doing“ eingeübt.

**Twitch:** Ein Live-Streaming-Videoportal, das hauptsächlich zur Übertragung von Computerspielen genutzt wird. BenutzerInnen können sich auf Twitch registrieren, um in einem Chat Live-Übertragungen zu kommentieren oder selbst Inhalte zu streamen (Let's Play<sup>474</sup>).

**Uncharted:** Uncharted ist ein **Actionspiel** welches aus der Third Person Perspektive gesteuert wird. Grundlage des Spiels sind Kampfeinlagen, Rätsel und Shooter-Elemente. Das Spielkonzept wird oft mit dem Film Indiana Jones verglichen da viele Spielszenen und Elemente aus diesem Film stammen. Der Hauptteil des Spiels ist der Singleplayer-Modus, nur in den neueren Teilen gibt es die Möglichkeit sich mit anderen Spielern zu messen oder im Coop-Modus gegen Wellen an NPC's zu kämpfen.

**X-Com: UFO Defense:** Dieses Spiel wurde in den 1990er Jahren veröffentlicht und ist ein **Strategiespiel**, das durch getrennte, jedoch miteinander verkettete Elemente, gekennzeichnet ist. SpielerInnen müssen dabei die Menschheit vor

---

<sup>474</sup> siehe Kapitel 9.3

der Invasion von Aliens retten, indem sie, unter anderem, Stützpunkte bauen, die Gegner bekämpfen und die Erforschung neuer Waffen im Auge behalten.





### **Abstract (Deutsch)**

Der Fokus der vorliegenden Arbeit bezieht sich auf die Frau als Computerspielerin, ihre Motivation sowie Wahrnehmung von Rollenbildern und virtuellen Weiblichkeitsmodellen, weibliche Fankultur und berufliche Situation der Frau in der Spieleindustrie. Der theoretische Rahmen hierfür bietet einen Überblick über Gender und Medien, auch im Zusammenhang mit Computerspielen, ebenso wie einen Einblick in die Welt der Computerspiele und Identitätsbildung. Der Schwerpunkt des Theorieteils liegt auf Frauen und Computerspiele, insbesondere die Darstellung von Geschlechterrollen und Weiblichkeitsmodellen, Gender in der Spieleindustrie und weibliche Fankultur.

Im empirischen Teil werden die Expertinneninterviews mittels qualitativer Inhaltsanalyse aufgearbeitet und präsentiert. Den Abschluss bildet die Zusammenfassung der Ergebnisse in Bezug auf die Forschungsfragen und Thesen, sowie einen Diskussionsteil, der eine Reflexion bezüglich der erarbeiteten Theorie und Resultate der Untersuchung beinhaltet.

### **Abstract (English)**

The main focus of this master thesis refers to the personal background and motivation of female gamers, how they experience the perception of role models and stereotypes regarding videogame characters, the possibility of creating new identity through them, the female fan culture and an overview about the situation of female gameworkers. The theoretical framework involves gender and communication, an insight into the world of computer games in general and identity formation in virtual worlds. The thematic priority is on the relationship between women and computer games, which includes the subjects of stereotypes and construction of role models, gender issues in the gaming industry and female fan culture.

The empirical part provides the reprocessing and presentation of the research results, containing a content analysis of the interviews with the female gamers. The conclusion contains the summery of the results, which includes answers to the research questions, the generation of hypotheses as well as the discussion part, which concerns itself with a reflection of the compiled theory and the results of the study.



# Lebenslauf

Mariam Osman, Bakk. phil. BSc

---

## **Ausbildung**

---

09/2013 – 01/2014	Erasmussemester: Communication Studies, Universiteit Antwerpen, Belgien
10/2011 – present	Masterstudium: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Wien
03/2010 – 01/2015	Bachelorstudium: Betriebswirtschaftslehre, Universität Wien
06/2008 – 06/2011	Bachelorstudium: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Wien
10/2007 – 01/2008	Bachelorstudium: Betriebswirtschaft, Wirtschaftsuniversität Wien
10/2002 – 06/2007	Tourismusschulen Salzkammergut Ausbildungsschwerpunkt: Medieninformatik

---

## **Berufserfahrung**

---

11/2014 – present	Planet Music & Media Veranstaltungs- & VerlagsgmbH. Marketing-Assistenz
06/2014 – present	We Don't Care - Online-Musikmagazin Interviews, Konzertfotografie, Live-Reports, Redaktion
05/2011 – 01/2013	Quadra Group GmbH Shop-Mitarbeiter für Hutchinson 3G
07/2010 – 07/2010	Stadtmanagement Assistenz, Organisation, Datenbank, Recherche etc.
03/2010 – 02/2012	UTV – Universitätsfernsehen Produktion, Moderation, Kamera, Post-Produktion, Ton, Redaktion etc.
02/2010 – 02/2015	Earshot - Online-Musikmagazin Interviews, Konzertfotografie, Live-Reports, Redaktion

---

## **Fort-/Weiterbildung**

---

Okto:	Videojournalismus I / II, Skillsblock Studioton, Grundlagen der Studioproduktion, Medien- und Urheberrecht, Sprechen in Medien, Moderation
-------	--