



Hochschule Neu-Ulm  
University of Applied Sciences

Bachelorarbeit

Im Bachelorstudiengang

**Game Produktion und Management**

An der Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm

**Framing in der medialen Darstellung von Videospiele –  
Wahrnehmung und Einfluss auf Rezipienten**

Erstkorrektor / -in: Prof. Dr. Brandstetter

Zweitkorrektor / -in: Prof. Franzreb

Verfasser/ -in: Mohammad Jomaa (Matrikel-Nr. 294890)

Thema erhalten: 11.07.25

Arbeit abgegeben: 28.10.25

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	III
Anmerkung.....	1
Abstract.....	1
1. Einleitung.....	2
1.1. Problemdarstellung.....	2
1.2. Forschungsstand und Relevanz .....	4
1.3. Ziel der Arbeit und Forschungsfrage.....	5
1.4. Aufbau der Arbeit.....	6
2. Theoretische Rahmen .....	9
2.1. Was ist Framing? Begriff und Grundlagen .....	9
2.2. Framing in der Berichterstattung über Videospiele .....	9
2.3. Rezeption und Wirkungsforschung – Wie Frames beim Publikum wirken.....	10
2.3.1. Framing und die Rolle bestehender Einstellungen .....	11
2.4. Bisherige Forschung zum Thema .....	13
2.4.1. Wahrnehmung von Games-Framing im digitalen Umfeld .....	14
3. Methodik.....	16
3.1. Forschungsdesign und Vorgehen .....	16
3.2. Zielgruppen und Auswahl der Interviewpartner.....	17
3.3. Aufbau und Inhalt des Leitfadens .....	18
3.4. Auswertung der Interviews .....	20
3.5. Methodenkritik und Limitationen .....	21
4. Ergebnisse .....	23
4.1. Allgemeines Gaming-Verhalten.....	23
4.2. Informationsverhalten und Quellenbewertung .....	24

4.3. Wahrnehmung von Framing .....	26
4.4. Framing-Test – Durchführung und Reaktionen.....	27
4.5. Auswirkung auf eigene Meinung .....	29
4.6. Medienkritik .....	31
4.7. Reaktion auf gezeigte Videos.....	32
4.8. Umgang mit Framing in der Zukunft.....	34
5. Diskussion .....	35
5.1. Einordnung der Ergebnisse im Forschungskontext.....	35
5.2. Interpretation im Hinblick auf die Forschungsfrage .....	37
5.3. Grenzen der Aussagekraft und kritische Einordnung der eigenen Forschung .....	38
6. Fazit.....	40
6.1. Zusammenfassung der zentralen Erkenntnisse .....	40
6.2. Ausblick und Empfehlungen für künftige Forschung .....	41
Literaturverzeichnis .....	IV
Anhang.....	VII
.....	VIII
Eidesstattliche Erklärung .....	IX

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Wie mediale Frames entstehen .....	3
Abbildung 2 Aufbau der Arbeit .....	8
Abbildung 3 die 4 Arten von Frames nach Entman.....	11
Abbildung 4 Das Durchschnittsalter von Gamern steigt .....	12
Abbildung 5 Framing-Wahrnehmung .....	15
Abbildung 6 Vorteile qualitativer Interviews bei Untersuchung von Framing	16
Abbildung 7 Allgemeines Gaming Verhalten der Teilnehmenden .....	24
Abbildung 8 Informationsverhalten und Quellenbewertung .....	26
Abbildung 9 Framing-Wahrnehmung der Teilnehmer .....	27
Abbildung 10 Reaktionen der Teilnehmer auf Framing-Test .....	29
Abbildung 11 Auswirkungen auf die eigene Meinung .....	30
Abbildung 12 Medienkritik der Teilnehmer .....	31
Abbildung 13 Reaktion auf Video 1 .....	34
Abbildung 14 Reaktion auf Video 2 .....	34
Abbildung 15 Interview Aussagen, codiert. P1-P4 .....	VII
Abbildung 16 Interview Aussagen, codiert. P5 - P9 .....	VII
Abbildung 17 Interview Aussagen, codiert. P9 - P10 .....	VIII

## Anmerkung

Aus Gründen **der besseren Lesbarkeit** wird in dieser Arbeit auf Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten jedoch gleichermaßen für alle Geschlechter.

## Abstract

Die vorliegende Bachelorarbeit untersucht die Wahrnehmung medialer Berichterstattung über Videospiele aus der Perspektive der Rezipienten und analysiert, welche Rolle Framing bei der Meinungsbildung spielt. Ausgangspunkt der Untersuchung ist die Beobachtung, dass Videospiele in Publikumsmedien häufig durch problemorientierte Deutungsrahmen – etwa Gewalt, Sucht oder soziale Isolation – charakterisiert werden, während positive Aspekte wie kultureller oder sozialer Mehrwert seltener betont werden.

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf die sogenannte Framing-Theorie, die beschreibt, wie Medien durch selektive Hervorhebung und Auslassung von Informationen bestimmte Interpretationsmuster erzeugen. Um die Wirkung dieser Frames auf Rezipienten zu erfassen, wurden leitfadengestützte Interviews mit zehn Teilnehmenden unterschiedlicher Spielerfahrung durchgeführt. Die Auswertung erfolgte mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Mayring.

Die Ergebnisse der Untersuchung legen nahe, dass Rezipienten in der Regel in der Lage sind, mediale Frames zu identifizieren und diese kritisch zu reflektieren. Die Effekte solcher Frames sind jedoch in hohem Maße von individuellen Erfahrungen und der jeweiligen Medienkompetenz der Rezipienten abhängig. Es konnte festgestellt werden, dass emotionale oder moralisch aufgeladene Darstellungen eine höhere Wirkung entfalten als sachlich-neutrale Berichterstattung.

Die aktuelle Forschung kommt zu dem Schluss, dass das sogenannte Framing nach wie vor einen prägenden Einfluss auf die mediale Darstellung von Videospiele ausübt und die Wahrnehmung des Publikums in unterschiedlichem Maße beeinflusst.

# 1. Einleitung

## 1.1. Problemdarstellung

Seit ihrer Etablierung als Bestandteil der Popkultur haben sich Videospiele zu einem signifikanten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Phänomen entwickelt. Obgleich sie zunehmend als innovatives Medium mit kulturellem und ökonomischem Potenzial anerkannt werden, bleiben sie gleichzeitig ein wiederkehrender Gegenstand kritischer Diskussionen.

In der Berichterstattung der Publikumsmedien werden Videospiele häufig mit problematischen Aspekten wie Gewalt, Sucht oder sozialer Isolation assoziiert (Kowert & Quandt, 2016). Dergestaltige Darstellungen beeinflussen die öffentliche Wahrnehmung und können zur Verfestigung stereotyper Deutungsmuster beitragen, auch wenn diese nicht explizit artikuliert werden.

Diese problematische Wahrnehmung ist keineswegs neu, sondern lässt sich über einen Zeitraum von mehreren Jahrzehnten in unterschiedlichen Medien beobachten. Gewalthaltige Spiele wie Doom oder Mortal Kombat lösten bereits in den 1990er Jahren öffentliche Kontroversen aus. In der Berichterstattung wurden sie häufig mit einem möglichen Einfluss auf aggressives Verhalten assoziiert – eine Verbindung, die medial intensiv diskutiert, aber wissenschaftlich immer wieder relativiert wurde (Ferguson, 2015).

Insbesondere nach realen Gewalttaten – wie dem Amoklauf von Erfurt im Jahr 2002 – rückten Videospiele verstärkt in den medialen Fokus und wurden teils explizit als mitverantwortlich dargestellt (Squire, 2002).

Diese Deutungsmuster veranschaulichen die hohe Affinität spezifischer Frames zur Aktivierung, insbesondere in emotional aufgeladenen Kontexten.

Diese Art der Berichterstattung zeichnet sich durch eine wiederkehrende Struktur aus, in der Videospiele – wie in der britischen Presse um 2000 – primär als Risiko oder Bedrohung dargestellt werden. Positive Aspekte wie die kognitive Förderung, die soziale Interaktion oder die kreative Ausdrucksformen

hingegen werden von den Medien deutlich seltener berücksichtigt (Heritage & Humphreys, 2024).

Zur Analyse einseitiger Deutungen bietet sich die Verwendung der sogenannten Framing-Theorie an. Sie ermöglicht die nachvollziehbare Darstellung der von Medien gesetzten Interpretationsrahmen sowie der dabei betonten oder ausgeblendeten Aspekte. Zudem wird die Möglichkeit aufgezeigt, wie diese Frames die Wahrnehmung des Publikums strukturieren können.

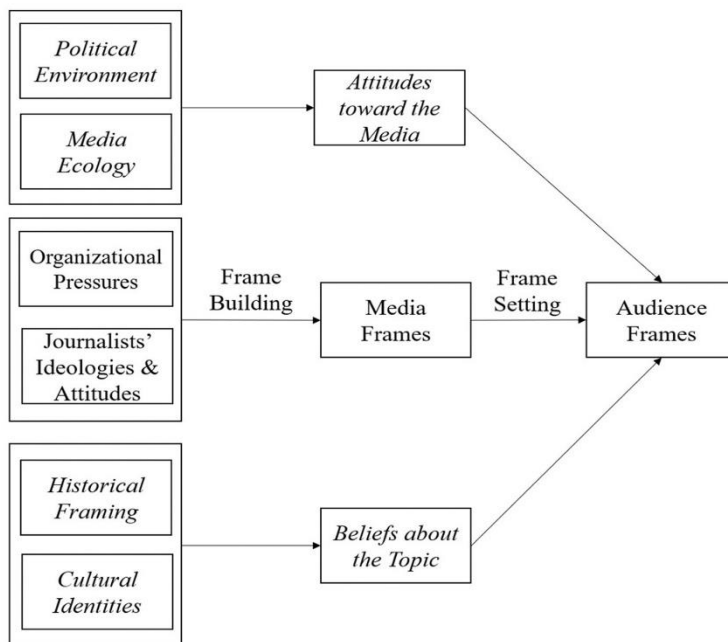


Abbildung 1 Wie mediale Frames entstehen

Obwohl die mediale Darstellung von Videospiele nach wie vor Gegenstand kontroverser Debatten ist, mangelt es an systematischen Untersuchungen, die die zugrunde liegenden Deutungsmuster aus der Perspektive des Publikums erforschen. Obgleich zahlreiche Studien inhaltliche Analysen der Berichterstattung vornehmen, bleibt weitgehend offen, wie solche Darstellungen wahrgenommen werden und ob sie die Meinungsbildung beeinflussen.

Die vorliegende Untersuchung nutzt die Frame-Theorie als theoretischen Rahmen, um zu demonstrieren, welche Interpretationsmuster in der Berichterstattung über Videospiele vorherrschend sind und wie diese Muster potenziell die Wahrnehmung beeinflussen.

In diesem Zusammenhang ist zu untersuchen, welche Framing-Strategien in Publikumsmedien im Vergleich zu Fachmagazinen vorherrschend sind und welche Wirkung diese auf die Wahrnehmung von Videospiele bei den Rezipienten haben.

## 1.2. Forschungsstand und Relevanz

Seit Beginn der 2000er-Jahre ist eine deutliche Zunahme der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit der medialen Darstellung von Videospiele zu verzeichnen. Eine Vielzahl von Studien widmet sich der Untersuchung der Beschreibung und Bewertung von Games in unterschiedlichen Medienkontexten, wobei häufig gesellschaftlich relevante Themen wie Gewalt, Sucht oder soziale Isolation im Fokus stehen (Gentile & Anderson, 2003; Heritage & Humphreys, 2024). Es manifestiert sich, dass derlei thematische Akzente eine wiederkehrende Tendenz aufweisen und spezifische Deutungsmuster evozieren, welche den öffentlichen Diskurs über Videospiele nachhaltig prägen. Diese problemorientierte Darstellung hat sich zu einem zentralen Rahmen entwickelt, der über Jahrzehnte hinweg in journalistischen Diskursen präsent blieb, wenn auch mit abnehmender Intensität. In einer diachronen Analyse britischer Zeitungen zeigen Heritage & Humphreys (2024), dass die Verknüpfung von Videospiele und Gewalt um das Jahr 2000 deutlich stärker verbreitet war als 2020. Dort wurde diese Narrative zunehmend kritisch hinterfragt und durch positive Frames – etwa ökonomische Bedeutung oder soziale Potenziale – ergänzt.

Aus kultur- und medienwissenschaftlicher Perspektive manifestiert sich die Ambivalenz der Videospielewahrnehmung in folgender Weise: Videospiele faszinieren einerseits durch kulturelle Innovation und soziale Interaktivität, andererseits lösen sie gesellschaftliche Ängste aus. Squire (2002) beschreibt, dass Games seit ihrer Entstehung sowohl Begeisterung als auch moralische Panik hervorgerufen haben.

Darüber hinaus ist anzumerken, dass die Rahmung durch Gender- und Kulturdebatten eine signifikante Rolle spielt. Diskurse wie #Gamergate

veranschaulichen, in welchem Ausmaß Frames auch Identitätsfragen strukturieren. In diesem Kontext wurde Gaming nicht nur als Hobby, sondern als kulturelles Feld der Auseinandersetzung über Geschlecht, Macht und Zugehörigkeit verstanden (Braithwaite, 2016).

Der Forschungsstand zeigt jedoch eine deutliche Lücke: Obwohl zahlreiche Inhaltsanalysen erforschen, wie Medien über Videospiele berichten und welche Frames dabei vorherrschend sind, ist die Wahrnehmung dieser Frames durch Rezipienten und ihre Rolle bei der individuellen Meinungsbildung bislang kaum erforscht. Der Fokus der vorliegenden Arbeit liegt auf der Untersuchung der subjektiven Wahrnehmung von Framing in der Berichterstattung über Videospiele, wobei qualitative Interviews als Methode der Datenerhebung dienen.

### 1.3. Ziel der Arbeit und Forschungsfrage

Ziel dieser Arbeit ist die Untersuchung der Wahrnehmung der medialen Berichterstattung über Videospiele durch Rezipienten sowie die Analyse der Rolle von Framing bei ihrer Meinungsbildung. Im Fokus der Untersuchung steht dabei die Frage, welche Deutungsmuster aus der Berichterstattung besonders präsent bleiben und ob sich daraus Rückschlüsse auf die Wirkung bestimmter Frames ziehen lassen.

Zur Beantwortung der Forschungsfrage wird ein qualitatives Interviewdesign gewählt, das sich an der sogenannten Framing-Theorie orientiert (Mayring 2015). Die leitfadengestützten Interviews werden mit Personen unterschiedlicher "Arten von Gamern" geführt, um ein möglichst breites Spektrum an Wahrnehmungen abzubilden. Die Auswertung erfolgt mithilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2015), um wiederkehrende Muster in der Wahrnehmung systematisch zu erfassen.

## 1.4. Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in sechs Kapitel, die inhaltlich aufeinander aufbauen und den Forschungsprozess schrittweise nachvollziehbar machen.

Im ersten Kapitel erfolgt die Einführung in die Thematik. Neben der Problemdarstellung werden die Relevanz des Untersuchungsgegenstands, der aktuelle Forschungsstand sowie die Forschungsfrage erläutert. Dies verdeutlicht die Relevanz der Untersuchung der medialen Darstellung von Videospiele und ihrer Wirkung auf Rezipienten aus wissenschaftlicher Perspektive.

Das zweite Kapitel bildet den theoretischen Rahmen der gesamten Arbeit. In der vorliegenden Abhandlung werden die zentralen Begriffe und Konzepte der sogenannten Framing-Theorie ausführlich erläutert und in ihren wissenschaftlichen Ursprung eingeordnet. Im weiteren Verlauf wird dargelegt, wie Framing im Kontext der Medienberichterstattung über Videospiele zur Anwendung kommt. Darüber hinaus werden die bisherigen Forschungsergebnisse zusammengefasst, um die in der Vergangenheit besonders häufig aufgetretenen Frames und die sich daraus ableitenden Deutungsmuster zu identifizieren. Dieses Kapitel bildet somit die theoretische Grundlage, auf welcher die nachfolgende Untersuchung basiert.

Das dritte Kapitel widmet sich der Methodik der Untersuchung. Im Folgenden wird das Forschungsdesign erläutert und die Wahl des qualitativen Vorgehens begründet. Darüber hinaus werden die Selektion der Interviewpartner, die Konzeption des Leitfadens sowie die konkrete Durchführung der Interviews erörtert. Abschließend wird dargelegt, wie die erhobenen Daten unter Zuhilfenahme der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring ausgewertet wurden. Dies ermöglicht eine Nachvollziehbarkeit der empirischen Ergebnisse und der zugrunde liegenden methodischen Überlegungen.

Im vierten Kapitel werden die Resultate der qualitativen Interviews präsentiert. Der Fokus der Untersuchung liegt auf der Analyse der Wahrnehmung, Interpretation und Bewertung von Framing in der Berichterstattung über Videospiele durch Rezipienten. Im Rahmen der Analyse werden zentrale

Muster, wiederkehrende Wahrnehmungen sowie individuelle Unterschiede herausgearbeitet. Dieses Kapitel bildet folglich den empirischen Kern der Arbeit und bildet die Grundlage für die anschließende Diskussion der Befunde.

Das fünfte Kapitel widmet sich der Diskussion der Ergebnisse. In der vorliegenden Arbeit werden die zentralen Befunde im Kontext der theoretischen Grundlagen eingeordnet und mit den bisherigen Forschungserkenntnissen verglichen. Das Ziel besteht darin, die Relevanz der Ergebnisse für die Framing-Forschung und die Medienwirkungsforschung zu evaluieren. Darüber hinaus werden mögliche Einschränkungen der Aussagekraft reflektiert und Ansatzpunkte für eine differenzierte Interpretation aufgezeigt.

Das sechste und finale Kapitel fasst die zentralen Erkenntnisse der Arbeit zusammen. Die Beantwortung der Forschungsfrage erfolgt unter Berücksichtigung der erhobenen Daten und umfasst die Ableitung eines Resümees zu den theoretischen und praktischen Implikationen der Ergebnisse. Abschließend wird ein Ausblick auf mögliche weiterführende Forschung gegeben, die sich mit offenen Fragen oder neuen Perspektiven auf das Thema befassen kann. In der vorliegenden Arbeit wird der inhaltliche Bogen durch den Schluss des Kapitels geschlossen und der Beitrag der Arbeit

zum wissenschaftlichen Diskurs über die mediale Darstellung von Videospielen verdeutlicht.

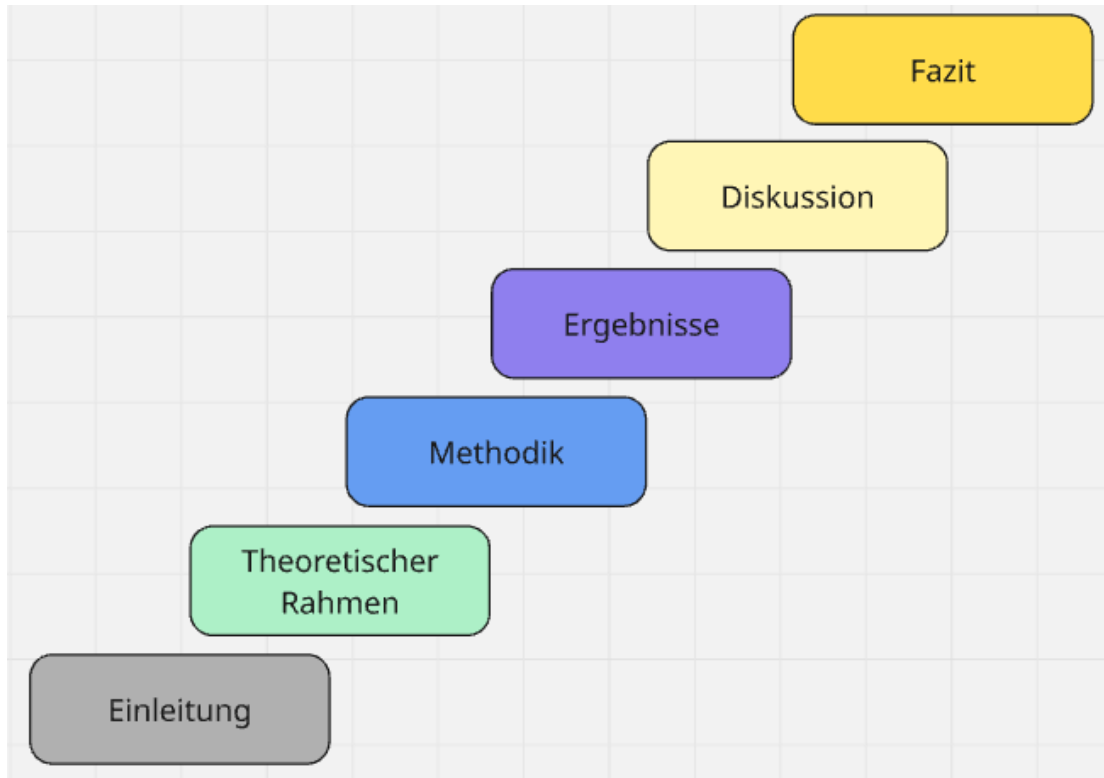


Abbildung 2 Aufbau der Arbeit

## 2. Theoretische Rahmen

### 2.1. Was ist Framing? Begriff und Grundlagen

In der Kommunikationswissenschaft bezeichnet der Begriff "Framing" die gezielte Selektion und Betonung spezifischer Aspekte eines Themas, mit dem Ziel, bestimmte Deutungsmuster zu aktivieren und andere Sichtweisen zu marginalisieren (Entman, 1993). Frames lenken dabei die Aufmerksamkeit der Rezipienten auf spezifische Problemdefinitionen, Ursachenzuschreibungen, moralische Bewertungen oder mögliche Handlungsoptionen (Entman, 1993, Matthes, 2014).

Framing ist demnach nicht nur ein beiläufiger Bestandteil medialer Berichterstattung, sondern eine zentrale Strukturierungsleistung, durch die Inhalte in eine bestimmte Bedeutung eingebettet werden. Es ist evident, dass Medien durch selektive Hervorhebung oder Auslassung die Wahrnehmung gesellschaftlicher Phänomene beeinflussen und somit einen Beitrag zur Meinungsbildung leisten (Scheufele, 2003).

In der Forschung wird häufig zwischen thematischem Framing – das gesellschaftliche Zusammenhänge und übergeordnete Kontexte betont – und episodischem Framing unterschieden, bei dem Einzelfälle oder konkrete Ereignisse im Vordergrund stehen (Iyengar, 1991). In der Berichterstattung über Videospiele finden sich beide Formen wieder. Einerseits werden einzelne Titel oft in Zusammenhang mit Gewalt oder Sucht thematisiert (episodisch), andererseits werden Games in übergeordneten Debatten etwa als Kulturgut oder Risikofaktor (thematisch) verhandelt.

### 2.2. Framing in der Berichterstattung über Videospiele

Die öffentliche Wahrnehmung von Videospiele war seit ihrer Entstehung von deutlichen Schwankungen geprägt. In den frühen 1980er-Jahren wurden Games vornehmlich als harmlose Freizeitbeschäftigung für Kinder und Jugendliche betrachtet (Consalvo, 2003). Seit den 1990er-Jahren hat sich

dieses Bild jedoch deutlich gewandelt. Ein wesentlicher Faktor waren Medienberichte im Zusammenhang mit Gewalttaten wie dem Amoklauf an der Columbine High School im Jahr 1999. Diese führten dazu, dass Videospiele in der Öffentlichkeit zunehmend als potenzielle Auslöser für Gewalt dargestellt wurden (Ferguson, 2015). Im deutschsprachigen Raum etablierten sich insbesondere Begriffe wie "Killerspiele" als stark negativ konnotierte Deutungsmuster (Heritage & Humphreys, 2024).

Gleichzeitig wurde das Medium zunehmend differenzierter betrachtet. Neben der negativen Rahmung traten Deutungen in den Vordergrund, die Videospiele als kulturelle Ausdrucksform oder als kreatives Medium verstanden (Squire, 2002). Diese Koexistenz widersprüchlicher Sichtweisen veranschaulicht die signifikante Einflussnahme medialer Deutungsrahmen – sogenannter Frames – auf die öffentliche Wahrnehmung von Themen.

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der Fragestellung, inwiefern sich mediale Konstruktionen mittels der als "Framing-Theorie" bezeichneten Theorie analysieren lassen. Der Fokus liegt auf den spezifischen Aspekten eines Themas, die in der Präsentation betont, ausgelassen oder in bestimmten Deutungszusammenhängen dargestellt werden. Im Fokus der Untersuchung steht die Frage, inwiefern solche Frames die Wahrnehmung und Meinungsbildung beim Publikum beeinflussen. Dieser Aspekt ist für die vorliegende Arbeit von besonderem Interesse.

### 2.3. Rezeption und Wirkungsforschung – Wie Frames beim Publikum wirken

In der journalistischen Berichterstattung nimmt das sogenannte Framing eine zentrale Rolle bei der Strukturierung komplexer Informationen ein. Die vorliegende Untersuchung kommt zu dem Schluss, dass Medien nicht neutral über Ereignisse berichten. Stattdessen setzen sie gezielt bestimmte Deutungsrahmen ein, um Sachverhalte für das Publikum verständlich, einprägsam und relevant aufzubereiten (Matthes, 2014). In der

konventionellen Berichterstattung werden häufig Nachrichtenfaktoren wie Personalisierung, Emotionalisierung oder Konfliktorientierung genutzt, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und vorhandene Deutungsmuster zu aktivieren (Schulz, 2011).

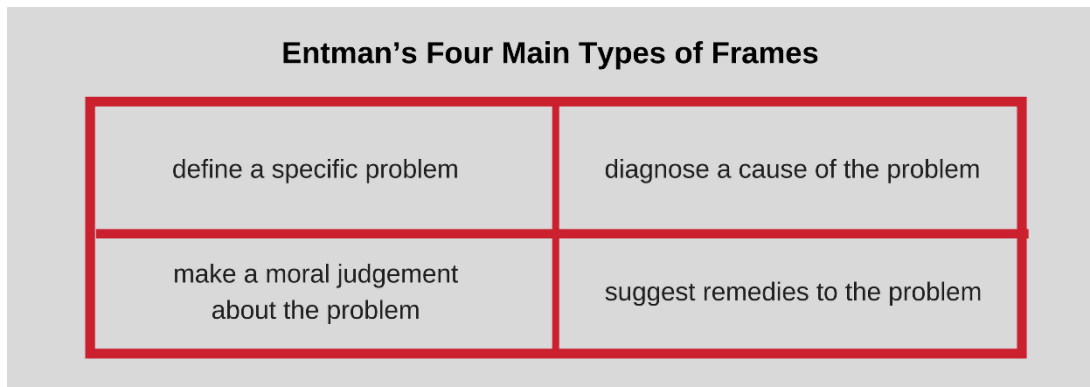


Abbildung 3 die 4 Arten von Frames nach Entman

Derartige journalistische Entscheidungen sind in der Regel nicht als bewusste Manipulationen zu betrachten, sondern dienen in der Regel der notwendigen Reduktion von Komplexität (Brosius & Eps, 1995). Dennoch ist es von Relevanz, sich der Tatsache bewusst zu sein, dass spezifische Darstellungen durch ihre wiederholte Präsentation und mediale Verbreitung einen langfristigen Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung ausüben können, insbesondere unter der Prämisse der unreflektierten Übernahme (Matthes, 2014).

In der Rezipienten-Forschung wird deutlich, dass Frames nicht nur wahrgenommen, sondern auch kognitiv verarbeitet und emotional bewertet werden. Sie fungieren als Orientierungshilfe, beeinflussen Erwartungen und bestätigen oder verändern bestehende Einstellungen (Entman, 1993).

### 2.3.1. Framing und die Rolle bestehender Einstellungen

Die Stärke der Wirkung eines medialen Rahmens auf den Rezipienten resultiert nicht ausschließlich aus der Gestaltung des Inhalts, sondern ist maßgeblich durch dessen individuelle Einstellungen, Erfahrungen und Erwartungen determiniert. Menschen zeigen eine Tendenz zur selektiven

Wahrnehmung von Informationen, insbesondere dann, wenn diese mit ihren bestehenden Überzeugungen übereinstimmen. In der Medienwirkungsforschung wird dieses Phänomen unter anderem als "confirmation bias" oder Bestätigungsfehler bezeichnet (Stroud, 2008).

Framing kann diese Tendenz zusätzlich verstärken: Wenn Medien Gewalt in Videospielen betonen, adressieren sie gezielt Personen, die dem Medium ohnehin skeptisch gegenüberstehen. Gleichzeitig zeigen sich die Rezipienten, die Videospiele bereits als legitimes Unterhaltungsmedium betrachten, als besonders aufnahmebereit für positive oder kulturell aufgeladene Frames. Dies kann zur Folge haben, dass sich unterschiedliche Wahrnehmungswelten weiter verfestigen.

Im Hinblick auf die Bewertung von Berichterstattung lässt sich festhalten, dass Frames nicht auf ein homogenes Publikum wirken, sondern stets im Kontext individueller Vorannahmen entfalten. Gerade im Bereich der Videospielderichterstattung – wo Themen wie Sucht, Gewalt oder Zeitverschwendung seit Jahrzehnten emotional diskutiert werden – spielt dieser Zusammenhang eine zentrale Rolle. Die in dieser Arbeit durchgeführten Interviews dienen der Untersuchung der Auswirkungen solcher Voreinstellungen auf die Wahrnehmung von medialen Deutungsmustern.

Spielerinnen und Spieler, die mindestens gelegentlich spielen



Abbildung 4 Das Durchschnittsalter von Gamern steigt

## 2.4. Bisherige Forschung zum Thema

Die Forschung zur medialen Darstellung von Videospielen hat in den vergangenen zwei Jahrzehnten ein konsistentes Bild wiederkehrender Deutungsmuster aufgezeigt. Frühe Arbeiten befassten sich vornehmlich mit der Berichterstattung in Publikumsmedien, in der Videospiele häufig im Kontext gesellschaftlicher Kontroversen verhandelt wurden. Im Vordergrund standen dabei potenzielle Risiken und negative Folgewirkungen, was zu einer Problemfokussierung führte, die den öffentlichen Diskurs über einen langen Zeitraum prägte (Gentile & Anderson, 2003; Squire, 2002). Neuere Analysen zeigen zwar eine graduelle Ausdifferenzierung, doch bleibt der Befund relevant, dass problemorientierte Narrative in vielen journalistischen Formaten lange dominierend waren (Heritage & Humphreys, 2024).

Im Lichte der Framing-Theorie lassen sich diese Befunde präziser fassen (Entman, 1993; Scheufele, 2003; Matthes, 2014). Studien verweisen darauf, dass Berichterstattung über Videospiele wiederkehrend entlang spezifischer Frame-Bausteine strukturiert wird – namentlich über Problemdefinitionen, kausale Zuschreibungen, moralische Bewertungen und implizite oder explizite Handlungsempfehlungen. Empirische Analysen dokumentieren, dass diese Bausteine in Publikumsmedien über längere Zeit vor allem risikobezogene Interpretationsrahmen stützten, während positive oder neutrale Perspektiven (z. B. kultureller oder ökonomischer Beitrag von Games) seltener und erst in jüngeren Perioden sichtbar wurden (Heritage & Humphreys, 2024).

Zugleich verdeutlicht die Literatur, dass ein signifikanter Anteil der Arbeiten auf der Darstellungsebene verbleibt: Inhaltsanalysen und Diskursstudien rekonstruieren, wie über Videospiele berichtet wird und welche Frames auftreten. Jedoch wird deutlich seltener systematisch untersucht, wie solche Frames vom Publikum wahrgenommen, verarbeitet und bewertet werden. Rezipienten-Studien liegen überwiegend in breiteren Medienkontexten vor und adressieren Games meist nur randständig (Matthes, 2014; Scheufele, 2003). Eine weitere Forschungslücke betrifft die Verschiebung von

Gatekeeping-Prozessen: Die gegenwärtige, auf redaktionelle Zentren fokussierte Framing-Forschung berücksichtigt die signifikante Bedeutung neuer Akteure, wie beispielsweise Influencer, Streaming-Formate und plattformgetriebene Distributionslogiken, für die Sichtbarkeit und Kontextualisierung von Games-Inhalten nur in begrenztem Maße (Nieborg & Sihvonen, 2009; Heritage & Humphreys, 2024). Die vorliegende Forschung liefert insgesamt belastbare Evidenz für die Persistenz problemorientierter Frames und zeigt gleichzeitig auf, dass die Rezeptionsebene sowie plattformbezogene Gatekeeping-Dynamiken noch unzureichend erschlossen sind.

#### 2.4.1. Wahrnehmung von Games-Framing im digitalen Umfeld

Aufbauend auf den bisherigen Befunden zur medialen Darstellung von Videospiele richtet sich der Blick zunehmend auf die Rezeption im digitalen Raum. Obwohl zahlreiche Untersuchungen nach wie vor auf klassische Medienformate wie Print- oder Fernsehberichterstattung fokussiert sind, findet die Auseinandersetzung mit Games gegenwärtig hauptsächlich über digitale Plattformen wie YouTube, Twitch oder Social Media statt. Insbesondere im Kontext des Gamings nehmen diese Kanäle eine zentrale Rolle für die Meinungsbildung, Bewertung und Informationsvermittlung ein.

Trotz dieser Verschiebung ist bislang kaum erforscht, wie Rezipienten im digitalen Raum auf mediale Deutungsmuster zu Videospiele reagieren. Die existierende Forschung fokussiert sich entweder auf die Inhaltsseite (beispielsweise die Darstellung von Games) oder auf klassische Rezeptionsmodelle. Detaillierte qualitative Einblicke in die Wahrnehmung einzelner Frames durch Nutzer, die ihre Informationen primär über digitale Formate beziehen, sind hingegen rar.

Die vorliegende Arbeit setzt an dieser Stelle an, indem sie mittels Interviews mit Rezipienten untersucht, wie medial gesetzte Frames über Videospiele wahrgenommen und gedeutet werden – unabhängig vom genutzten Kanal. Hierdurch wird ein Beitrag zur Schließung einer Forschungslücke geleistet, die durch den Wandel der Mediennutzung entstanden ist.

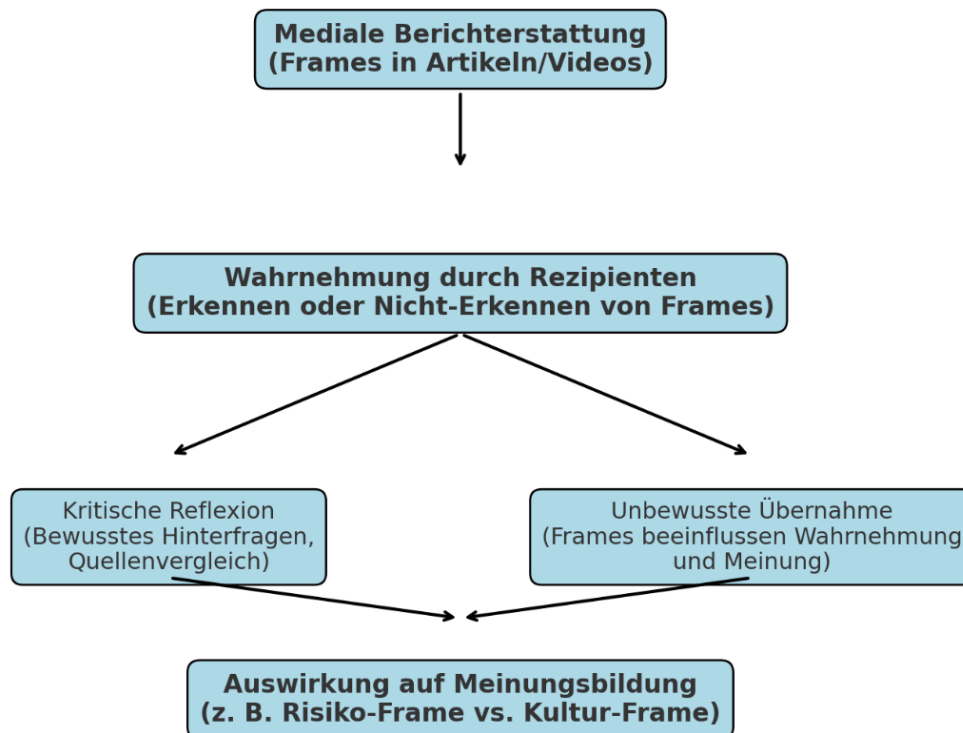


Abbildung 5 Framing-Wahrnehmung

# 3. Methodik

## 3.1. Forschungsdesign und Vorgehen

Die methodische Grundlage dieser Arbeit orientiert sich an den Überlegungen von Philipp Mayring zur qualitativen Sozialforschung. Von besonderem Interesse sind dabei seine Ausführungen zur Durchführung und Auswertung von Interviews. Mayring betont, dass leitfadengestützte Interviews geeignet sind, subjektive Sichtweisen, Erfahrungen und Bedeutungszuschreibungen der Befragten zu erfassen, und dass ihre systematische Auswertung im Rahmen einer qualitativen Inhaltsanalyse sowohl deduktiv aus der Theorie als auch induktiv aus dem Material erfolgen sollte. Der hier dargestellte Ansatz ermöglicht somit ein regelgeleitetes, nachvollziehbares und zugleich flexibles Verfahren, das sich in idealer Weise dazu eignet, die Wahrnehmung und Interpretation von Framing-Strukturen durch Rezipienten zu untersuchen (Mayring, 2015).

Die qualitative Interviewmethode erlaubt die Erfassung von subjektiven Wahrnehmungen, Bewertungen und Deutungen der Medienberichterstattung durch die Befragten. Dadurch wird die Untersuchung tieferliegender Wirkungsmechanismen und individueller Interpretationen von Framing-Strategien ermöglicht. Die Analyse erfolgt theoriegeleitet auf Basis der sogenannten Framing-Theorie. Der hier verwendete Interviewleitfaden orientiert sich an zentralen Aspekten dieser Theorie, um gezielt danach zu

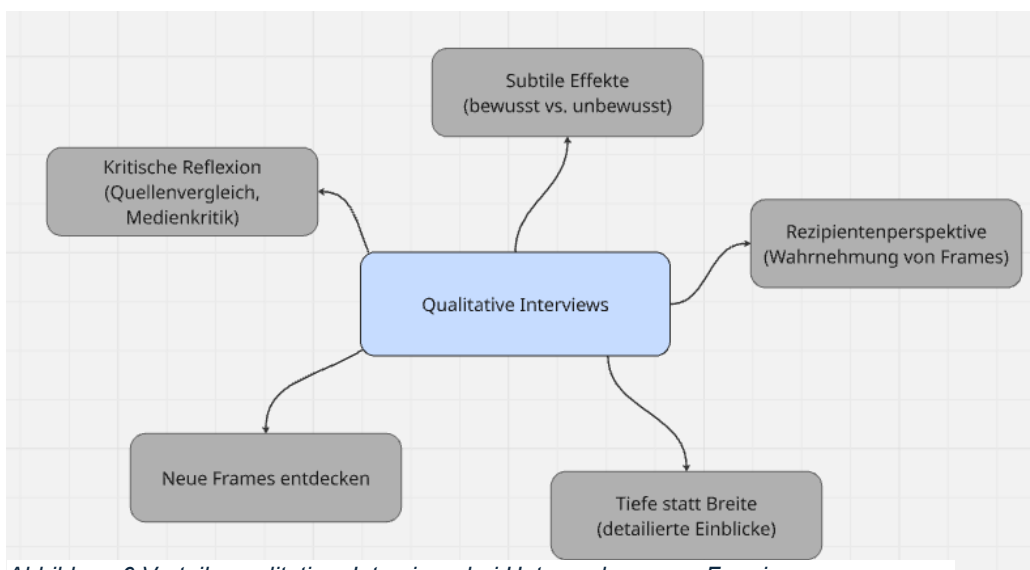


Abbildung 6 Vorteile qualitativer Interviews bei Untersuchung von Framing

fragen, welche Frames Rezipienten erkennen, wie sie diese bewerten und welche Bedeutung sie für ihre Meinungsbildung haben. Zur Auswertung der Interviews wird eine qualitative Inhaltsanalyse durchgeführt, bei der sowohl deduktiv abgeleitete Kategorien aus der Theorie als auch induktiv aus den Daten gewonnene Kategorien berücksichtigt werden. Das Ziel besteht darin, typische Wahrnehmungsmuster und Interpretationsansätze zu identifizieren und zu reflektieren.

Im Hinblick auf die methodische Fundierung sei zudem darauf hingewiesen, dass sich die Kombination aus leitfadengestützten Interviews und qualitativer Inhaltsanalyse nicht nur theoretisch etabliert hat, sondern sich auch für Abschlussarbeiten als besonders geeignet erweist. Vogt und Werner (2014) betonen in ihrem Skript, dass diese Vorgehensweise einerseits wissenschaftlichen Ansprüchen genügt, andererseits aber auch unter den zeitlichen und organisatorischen Rahmenbedingungen einer Bachelorarbeit umsetzbar bleibt. Die Methode zeichnet sich dadurch aus, dass sie regelgeleitet und nachvollziehbar ist, gleichzeitig aber genügend Offenheit für neue Erkenntnisse bietet. Dieser Ansatz verfolgt einen pragmatischen Forschungsansatz, der es Studierenden ermöglicht, komplexe soziale Phänomene wie Wahrnehmungen oder Deutungsmuster strukturiert zu erfassen, ohne dabei den Forschungsprozess zu überfrachten.

### 3.2. Zielgruppen und Auswahl der Interviewpartner

Die Zielgruppe der vorliegenden Untersuchung besteht aus Personen, die regelmäßig mit medialer Berichterstattung über Videospiele in Kontakt kommen. Um möglichst vielfältige Perspektiven einzufangen, werden Interviewpartner aus unterschiedlichen Altersgruppen, mit unterschiedlichem Hintergrund und Medienkonsum ausgewählt.

Der Fokus liegt auf Rezipienten, die sowohl klassische Publikumsmedien (z. B. Zeitungen und Online-Portale) als auch spezialisierte Fachmedien und Gaming-Plattformen nutzen. Ziel ist die Erfassung der Wahrnehmung und Bewertung von Framing in der VideospieldBerichterstattung.

Die Selektion der Interviewpartner erfolgt theoriegeleitet und gezielt, um typische Rezipienten-Profile abzudecken, die für das Forschungsziel von Relevanz sind. Zu den relevanten Kriterien zählen unter anderem die Mediennutzung, die Erfahrung mit Videospiele sowie die Offenheit für unterschiedliche Medieninhalte. Die Rekrutierung erfolgt mittels gezielter Ansprache in sozialen Netzwerken, Foren und ggf. persönlichen Kontakten.

Das Ziel besteht darin, eine heterogene Stichprobe von etwa 10 bis 15 Personen zu gewinnen, die durch ihre Vielfalt einen differenzierten Einblick in die Wirkung und Wahrnehmung medialer Frames ermöglicht.

### 3.3. Aufbau und Inhalt des Leitfadens

Der entwickelte Interviewleitfaden basiert auf der Annahme der Framing-Theorie sowie der Forschungsfrage und dient der Untersuchung der Wahrnehmung und Interpretation medialer Frames durch Rezipienten im Kontext der Berichterstattung über Videospiele. Die Konzeption des Leitfadens erfolgte halbstrukturiert und orientierte sich an thematischen Kategorien, welche zugleich als Grundlage für die spätere Codierung der Interviews dienten. Die Implementierung eines einheitlichen Gesprächsrahmens ermöglichte einerseits die Gewährleistung einer konsistenten Kommunikation, während andererseits Raum für individuelle Erfahrungen und vertiefende Nachfragen gewährleistet wurde.

Zu Beginn wurde der Themenbereich Allgemeines Gaming-Verhalten behandelt, in dem die Teilnehmenden zunächst ihre persönliche Beziehung zu Videospiele beschrieben. Im Rahmen der Untersuchung wurden grundlegende Aspekte wie Spielhäufigkeit, bevorzugte Genres, der Einstieg in das Medium sowie die Bedeutung von Games im Alltag thematisiert. Die im Vorfeld formulierten Einstiegsfragen dienten der Kontextualisierung und der Schaffung einer persönlichen Gesprächsbasis.

Im weiteren Verlauf wurde die Kategorie "Informationsverhalten und Quellenbewertung" behandelt. In diesem Abschnitt wurde untersucht, über

welche Kanäle die Befragten Informationen zu neuen Spielen oder Branchenentwicklungen beziehen, welche Quellen sie regelmäßig nutzen und welchen sie besonderes Vertrauen entgegenbringen – insbesondere im Hinblick auf Kaufentscheidungen und Meinungsbildung. Dadurch wurde es möglich, die Medienformen und Plattformen zu identifizieren, die im individuellen Informationsprozess eine Rolle spielen.

Im Themenfeld Framing-Wahrnehmung wurde die bewusste oder unbewusste Wahrnehmung medialer Frames beleuchtet. In der vorliegenden Untersuchung wurde analysiert, welche Darstellungsweisen oder sprachlichen Rahmungen den Teilnehmenden auffallen, welche sie als besonders einprägsam empfinden und inwieweit diese ihre Wahrnehmung von Videospiele beeinflussen.

Die Kategorie "Auswirkung auf eigene Meinung" widmete sich der Untersuchung der Frage, inwiefern die Berichterstattung über Videospiele eine Veränderung der eigenen Einstellungen bewirken kann. Im Rahmen der Analyse wurde untersucht, inwiefern journalistische Darstellungen bestehende Überzeugungen bestätigen, abschwächen oder hinterfragen.

Unter Medienkritik wurden die Reaktionen auf wahrgenommene Frame-Verknüpfungen erfasst, die von den Teilnehmenden kritisch reflektiert oder hinterfragt wurden. Der Fokus der Untersuchung lag auf der Bewertung journalistischer Darstellungsweisen und nicht auf einem direkten Vergleich zwischen verschiedenen Medienbeiträgen. Die genannte Kategorie diente dazu, das Reflexionsvermögen der Rezipienten gegenüber potenziell verzerrten oder emotional aufgeladenen Darstellungen sichtbar zu machen.

Ein weiterer Bestandteil der Forschung war die Reaktion auf Videos, bei der zwei journalistische Beiträge zu demselben Thema gezeigt und miteinander verglichen wurden. Ziel der Untersuchung war die Ergründung der Auswirkungen von Diskrepanzen in Tonalität, Sprache und Perspektive auf die Wahrnehmung sowie die Identifizierung der im Gedächtnis der Befragten besonders verankerten Aspekte.

In der Kategorie "Reaktion auf den Framing-Test" wurde untersucht, ob eine gezielte positive Rahmung die Wahrnehmung der Teilnehmenden beeinflusst. In diesem Experiment wurde untersucht, ob die Präsentation eines Videos in einer positiv gerahmten Form zu einer stärkeren Beeinflussung des Gedächtnisses führt als eine neutral präsentierte Variante.

Zum Abschluss wurde eine Untersuchung zum Umgang mit Framing in der Zukunft durchgeführt, um zu ermitteln, ob und inwiefern die Auseinandersetzung mit dem Thema Framing die Teilnehmenden für künftige mediale Darstellungen sensibilisiert hat. Im Fokus der Untersuchung stand die Frage, ob die Teilnehmerinnen und Teilnehmer künftig bewusster auf sprachliche oder visuelle Rahmungen achten und ihre Medienrezeption kritischer reflektieren wollen.

Der halbstrukturierte Leitfaden ermöglichte es somit, zentrale Wahrnehmungsmuster systematisch zu erfassen und zugleich individuelle Sichtweisen zu berücksichtigen. Die so etablierte Grundlage ermöglichte eine belastbare Basis für die nachfolgende qualitative Auswertung.

### 3.4. Auswertung der Interviews

Zur Auswertung der erhobenen Interviews wird die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring (2015) herangezogen. Diese Methode ermöglicht eine systematische, theoriegeleitete Interpretation sprachlichen Materials und eignet sich besonders zur Rekonstruktion von Deutungsmustern wie sie im Rahmen der Framing-Theorie zentral sind.

Die Auswertung erfolgte anhand der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring, die sich durch ein systematisches, regelgeleitetes Vorgehen auszeichnet und dennoch Offenheit für neue Erkenntnisse zulässt (Mayring, 2015). Die hier beschriebene Methode findet insbesondere im Kontext leitfadengestützter Interviews Anwendung, da sie eine systematische Aufbereitung verbaler Daten ermöglicht und wiederkehrende Muster evident macht (Rager, Oestmann, Werner, Schreier & Groeben, 1999). In der Folge lassen sich sowohl deduktiv

vorab definierte Kategorien anwenden als auch induktiv neue Kategorien aus dem Material entwickeln. Dieses Vorgehen gewährleistet eine methodisch fundierte und zugleich flexible Analyse, die den komplexen Wahrnehmungen der Befragten gerecht wird.

Die Analyse erfolgt in mehreren Schritten: Zunächst werden die Interviews vollständig transkribiert. Im Anschluss erfolgt eine strukturierende Inhaltsanalyse, bei der zentrale Sinnabschnitte identifiziert und mit Kategorien codiert werden. Die Kategorienbildung erfolgte sowohl deduktiv, das heißt auf Grundlage theoretischer Überlegungen der Framing-Theorie und der inhaltlichen Struktur des Leitfadens, als auch induktiv, um neue, im Material selbst erkennbare Muster zu erfassen.

Die Codierung kann manuell oder mithilfe einer geeigneten Software zur qualitativen Datenanalyse (z. B. MAXQDA) erfolgen. Der Verbund von Theoriebezug und Offenheit gegenüber neuen Kategorien zielt auf die Erzeugung eines möglichst differenzierten Bildes der Wahrnehmung und Wirkung medialer Frames ab. Ziel ist die Herausarbeitung typischer Sichtweisen, wiederkehrender Deutungsmuster und emotionaler Reaktionen der Rezipienten im Hinblick auf die Forschungsfrage und deren anschließende Interpretation.

### 3.5. Methodenkritik und Limitationen

Die gewählte Methodik ist, wie bei allen qualitativen Ansätzen, mit gewissen Einschränkungen verbunden. Leitfadengestützte Interviews ermöglichen einen detaillierten Einblick in individuelle Wahrnehmungen, sind jedoch nicht darauf ausgelegt, repräsentative Ergebnisse zu liefern. Die in diesem Kontext erhobenen Daten erlauben demnach keine verallgemeinerbaren Aussagen über die Gesamtbevölkerung, sondern dienen der explorativen Annäherung an das Forschungsfeld.

Die Selektion der Gesprächspartner sollte einer kritischen Betrachtung unterzogen werden. Trotz der klaren Definition der Kriterien besteht die

Möglichkeit einer Verzerrung durch Selbstselektion. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, dass Antworten durch soziale Erwünschtheit beeinflusst sind. Zudem ist zu bedenken, dass die Rolle des Forschers nicht als vollständig neutral zu betrachten ist. So tragen die Gesprächsführung sowie die spätere Interpretation der Aussagen stets einen subjektiven Anteil in sich.

Die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring stellt zwar einen systematischen Rahmen bereit, setzt jedoch ein hohes Maß an Interpretationsvermögen voraus. Insbesondere bei offenen Antworten können mehrdeutige Formulierungen auftreten, die sich nicht immer eindeutig einer Kategorie zuordnen lassen. Dies erfordert Abwägungen, die trotz Bemühungen um Transparenz eine gewisse Unschärfe nicht ausschließen können.

Schließlich ist der Untersuchungsrahmen insofern begrenzt, als dass Faktoren wie Medienkompetenz, persönliche Vorerfahrungen oder das soziale Umfeld der Befragten nicht vertieft analysiert wurden, obwohl sie die Wahrnehmung medialer Inhalte maßgeblich beeinflussen können.

Trotz dieser Einschränkungen erlaubt das gewählte Vorgehen einen fundierten Zugang zu subjektiven Sichtweisen und macht Muster erkennbar, die mit standardisierten Verfahren kaum sichtbar würden.

## 4. Ergebnisse

**Hinweis:** Zur Wahrung der Anonymität werden alle Interviewteilnehmer im Text mit Kürzeln (P1, P2, ...) bezeichnet.

### 4.1. Allgemeines Gaming-Verhalten

Die Mehrheit der befragten Personen (8 von 10) spielt seit frühester Kindheit oder Jugend regelmäßig Videospiele. Der Einstieg erfolgte in der Regel zwischen dem vierten und sechsten Lebensjahr. Als häufig genannte Erstplattformen sind der Game Boy, Sega-Konsolen oder der PC zu nennen. Als charakteristische Beispiele für Erstspiele können Sonic the Hedgehog, Super Mario und andere Klassiker dieser Ära genannt werden.

Zwei Teilnehmende begannen das aktive Spiel deutlich später: Eine Person gab an, über eine 20-jährige Erfahrung zu verfügen, während eine andere angab, erst seit zwei bis drei Jahren zu spielen. Diese Gruppe zeigt eine ausgeprägte Präferenz für spezifische Genres, wie beispielsweise Indie-Titel oder storybasierte Spiele.

Diese Beobachtung steht im Einklang mit den Ergebnissen der Mediennutzungsforschung, die belegen, dass Videospiele in zahlreichen Fällen über einen signifikanten Zeitraum hinweg ein integraler Bestandteil der alltäglichen Routinen sind und sich oft bereits im Kindesalter nachhaltig in die Freizeitgewohnheiten der Individuen eingliedern (Gentile & Anderson, 2003). Dabei ist nicht nur die Spieldauer von Relevanz, sondern auch die Art der ersten Spielerfahrungen. Sie beeinflussen das Verhältnis zu Games langfristig.

- „Spielt seit dem Kindesalter (4–5 Jahre). Bevorzugt storybasierte Spiele.“ (P6)
- „Spielt aktiv seit 2–3 Jahren, erste Berührungspunkte mit Indie-Titeln.“ (P5)

Diese frühen Erfahrungen sind nicht nur biografische Details, sondern bilden einen relevanten Kontext für die spätere Wahrnehmung von medialem

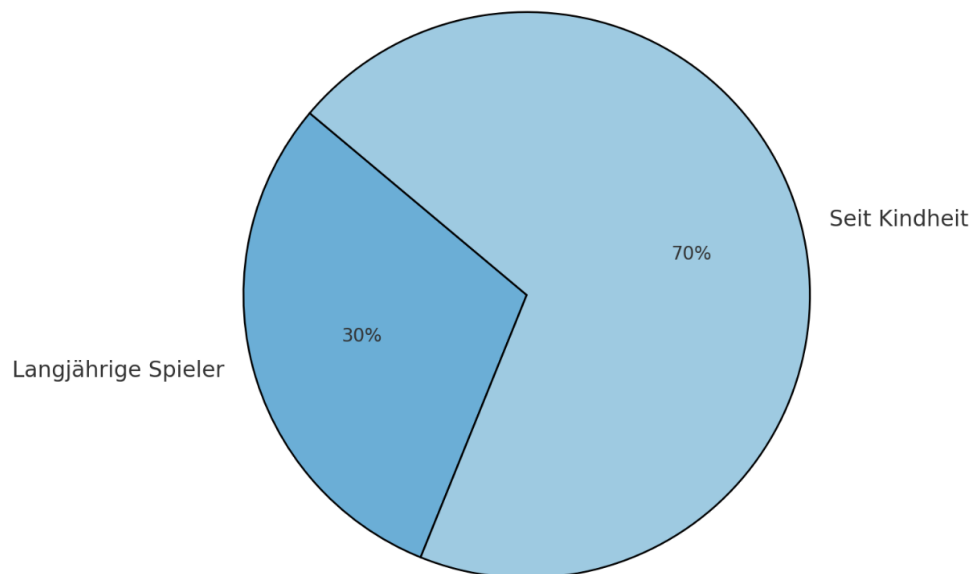


Abbildung 7 Allgemeines Gaming Verhalten der Teilnehmenden

Framing in der Berichterstattung. Wer mit Games aufgewachsen ist, verfügt in der Regel über ein gefestigtes Genre- und Qualitätsverständnis, das sich auch auf die Bewertung von medialen Darstellungen auswirkt (Kowert & Quandt, 2016).

## 4.2. Informationsverhalten und Quellenbewertung

Das Informationsverhalten der Befragten zeigt einen signifikanten Wandel von klassischen hin zu digitalen Kanälen. Während einzelne Teilnehmende angaben, sich früher über Printmagazine wie GameMaster oder Messeberichterstattung (z. B. E3) informiert zu haben, nutzen heute fast alle digitale Plattformen als Hauptquelle. In der vorliegenden Untersuchung wurden insbesondere Social-Media-Plattformen wie Instagram, Facebook oder Twitter genannt, gefolgt von YouTube-Kanälen etablierter Fachmedien (GameStar) und einzelnen Streamern. Darüber hinaus nutzen einige Personen als Informationsquelle Spielewebsites, Foren oder Empfehlungen aus dem persönlichen Umfeld.

Die Analyse der Quellen ergibt ein heterogenes Bild: Mehrere Befragte zeigen eine anhaltende Präferenz für etablierte Redaktionen wie GameStar oder PC Games, da sie diese als professionell und verlässlich wahrnehmen. Einige der Befragten gaben an, bewusst mehrere Quellen zu vergleichen, bevor sie sich eine Meinung bilden. Diese Einschätzung steht im Einklang mit Forschungsergebnissen, die zeigen, dass redaktionelle Angebote im Fachjournalismus häufig als glaubwürdiger gelten als von PR-Abteilungen beeinflusste Inhalte (Festag, 2022).

Darüber hinaus manifestiert sich in diesem Kontext ein charakteristisches Muster des Gatekeepings: Wie Nieborg und Sihvonen (2009) nachweisen, fungieren insbesondere Publisher, PR-Abteilungen und Fachredaktionen als zentrale "Torwächter" für Informationen über neue Spiele. Obgleich der Zugang zu exklusiven Inhalten dadurch erleichtert wird, wird die Verantwortung für eine kritische Prüfung der Quellen verstärkt auf die Rezipienten übertragen.

- „Früher GameMaster-Magazine. Heute Social Media und YouTube.“ (P1)
- „Nutzt GameStar, PCGames, schaut sich nicht nur ein Video an, um sicher zu sein.“ (P10)

Diese Entwicklung verdeutlicht, dass sich die Informationswege nicht nur technisch verändert haben, sondern auch der Stellenwert von Quellenkritik gestiegen ist. Social-Media-Inhalte sind schneller verfügbar, erfordern aber eine höhere Medienkompetenz, um werbliche Interessen und redaktionelle Qualität unterscheiden zu können.

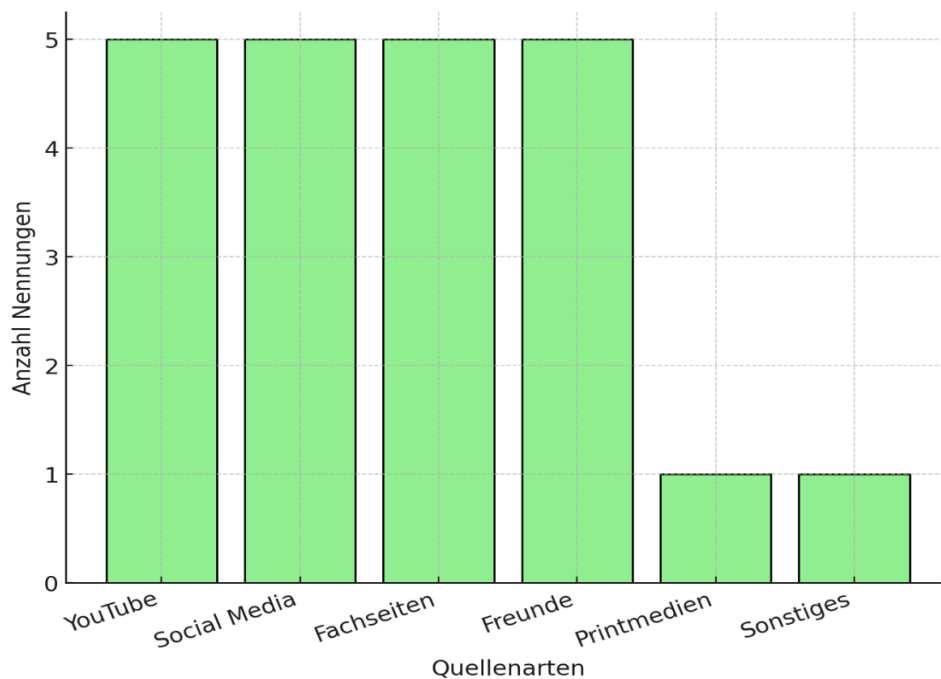


Abbildung 8 Informationsverhalten und Quellenbewertung

### 4.3. Wahrnehmung von Framing

Die Analyse der Interviews ergibt, dass die Mehrheit der Befragten vor dem Gespräch über kein ausgeprägtes Bewusstsein für den Begriff oder das Konzept des Framings verfügte. In zahlreichen Fällen wurde angegeben, dass der Begriff unbekannt war oder nur vage vertraut wurde. Die Teilnehmenden stellten erst durch den unmittelbaren Vergleich der präsentierten Videos signifikante Diskrepanzen in der Darstellung fest. Einige der Befragten beschrieben, dass bestimmte Videos übertrieben oder stark wertend wirkten, während andere als nüchterner und informativer bewertet wurden.

Es sei darauf hingewiesen, dass die Wahrnehmung des Framings in der Regel eher implizit erfolgte. Einige Teilnehmer konnten konkrete Unterschiede in Tonalität, Wortwahl oder Bildsprache benennen, während andere eher von einem "anderen Gefühl" beim Schauen sprachen. Diese Ergebnisse stützen

die Hypothese, dass Frames auch dann einen Effekt erzielen können, wenn sie nicht bewusst als solche identifiziert werden (Entman, 1993; Matthes, 2014).

- (P3) „Es war gut strukturiert, man konnte die verschiedenen Aktivitäten sehen, man hat immer was zu tun.“
- (P7) „Im ersten Video wurde nicht angesprochen, dass man nicht frei reisen kann [...] die Reise dahin immer übersprungen wird.“
- (P9) „Unglaubliche Detailverliebtheit – schlecht gealtert.“

Die Rezipienten nehmen Framing bedingte Unterschiede wahr, auch ohne den Fachbegriff sicher zu beherrschen. Entscheidend für die Wirkung sind weniger explizite Analysen als vielmehr spontane Eindrücke, die durch wiederholte Akzentuierungen und emotionale Rahmungen entstehen (Matthes, 2014).

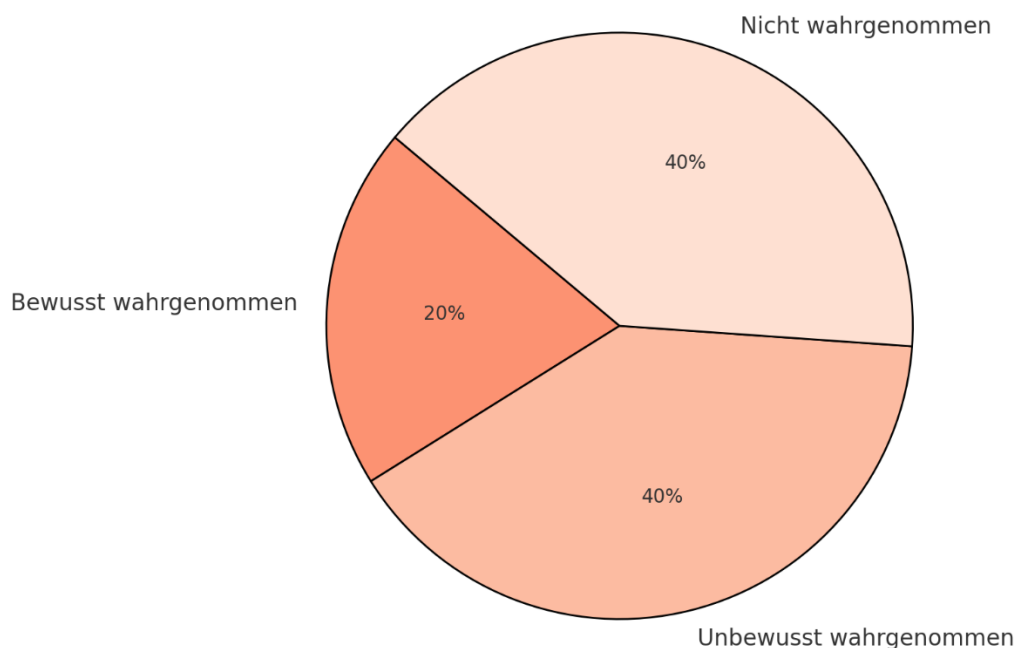


Abbildung 9 Framing-Wahrnehmung der Teilnehmer

#### 4.4. Framing-Test – Durchführung und Reaktionen

Der Framing-Test wurde konzipiert, um zu erforschen, inwiefern sprachlich gesetzte Frames in den Interviewfragen die Wahrnehmung von

Spielrezensionen beeinflussen. Zu diesem Zweck wurden den Befragten nacheinander zwei Videos zum selben Spiel präsentiert. Nach jedem Video wurden durch den Interviewer inhaltlich identische Fragen zu den Themen Meinung, Auffälligkeiten und Gesamteindruck gestellt. Im Rahmen der ersten Videoaufzeichnung wurde eine bewusste Entscheidung für eine neutrale Befragung getroffen, wobei der Einsatz wertender Begriffe vermieden wurde. Im zweiten Video wurden hingegen gezielt Formulierungen wie "realitätsnahe" oder "geerdete Version" in die Fragen eingebaut, um subtile Rahmungen zu setzen. Die Befragten wurden erst gegen Ende des Interviews über die Versuchsaufstellung informiert.

Ziel der Untersuchung war es, die Art und Weise der Rezeption dieser Frames durch die Rezipienten zu erforschen und zu bestimmen, ob und inwiefern sie die Wahrnehmung des zweiten Videos verstärken oder verändern. Die Auswertung der Studie ergab, dass eine signifikante Anzahl der Befragten das zweite Video als glaubwürdiger und informativer einstufte. Bemerkenswert ist, dass die Befragten die im Video verwendeten Begriffe in einigen Fällen direkt übernahmen.

- (P1) „Glaubwürdiger war das 2. Video auf jeden Fall [...] beim 2. Video sah das schon anders aus“
- (P2) „Es war alles in einem ein stimmigeres Bild für mich.“
- (P6) „Meine Meinung hat sich um 180 grad geändert.“ „Wenn ich das so sehe, habe ich keine Lust mehr drauf.“

Andere wiederum nahmen die Begriffsnutzung wahr, reflektierten sie aber kritisch oder relativierten die Wirkung:

- (P10) „Mir ist auch aufgefallen das du die Begriffe eingebaut hast, nur habe ich das Anfangs nicht hinterfragt...“
- (P4) „...Ich glaube, wenn du es so sagst, habe ich es schon bemerkt aber fand das 2. Video trotzdem besser.“

Die Reaktionen verdeutlichen, dass die gesetzten Frames nicht nur auf einer abstrakten Ebene wirksam waren, sondern von den Teilnehmenden aktiv in ihre Bewertungen integriert wurden. Damit bestätigt der Test die zentrale

Annahme der Framing-Theorie, dass bereits die sprachliche Einbettung einer Frage die Wahrnehmung von Medieninhalten verändern kann (Entman, 1993; Matthes, 2014).

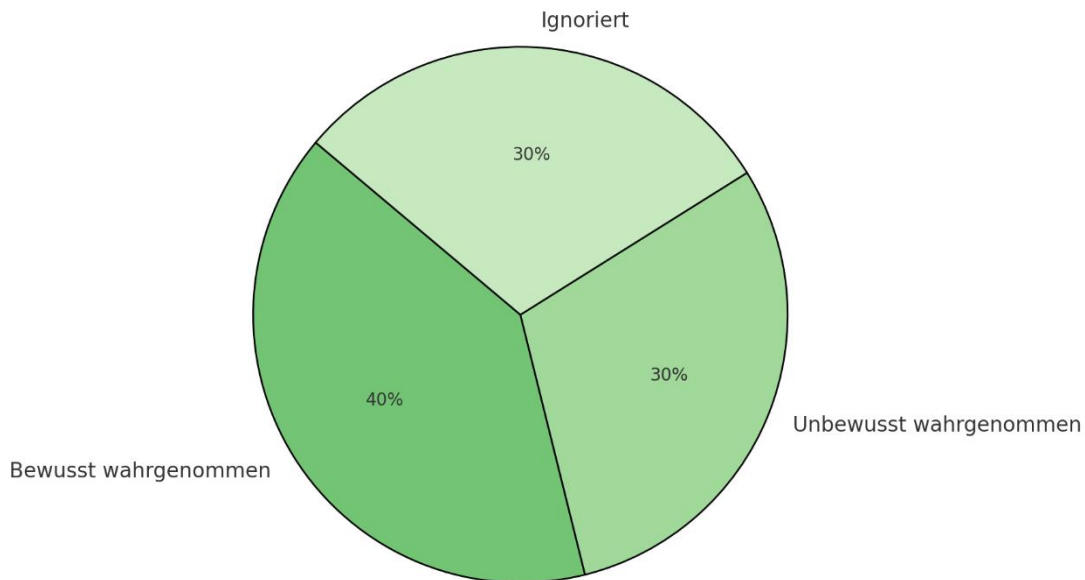


Abbildung 10 Reaktionen der Teilnehmer auf Framing-Test

#### 4.5. Auswirkung auf eigene Meinung

Die Analyse der Interviews legt nahe, dass die Auseinandersetzung mit den Videos und den gesetzten Frames einen Einfluss auf die Meinungsbildung der Befragten hatte, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß. Einige betonten, dass sich ihre Einstellung nicht grundlegend verändert habe, während andere eine spürbare Verschiebung in positiver oder negativer Richtung berichteten.

Ein Teil der Befragten machte deutlich, dass ihre Grundhaltung stabil blieb, unabhängig von den Videos:

- (P1) „Meine Meinung hat sich nicht wirklich geändert.“

Andere erklärten, dass das zweite Video eine veränderte Perspektive auslöste, die zu einer kritischeren oder zurückhaltenderen Haltung führte:

- (P7) „Ich wäre sicher vorsichtiger beim Kauf allein auch aus dem Grund das das Spiel nun wirkt, als wäre es zu viel von Allem.“

Mehrere Befragte reflektierten zudem die Möglichkeit, dass Framing sie schon früher zu Fehlentscheidungen geführt hatte:

- (P6) „Ja 100%. Ein Beispiel ist das Spiel „**Squirrel with a Gun**“ [...] aktuell fasse ich es nicht an.“
- (P9) „**Herr der Ringe: Gollum** hat mich durch das Franchise überzeugt - rückblickend ein riesiger Fehler“

Auch der soziale Kontext wurde erwähnt, insbesondere der Einfluss von Gruppendruck oder Hype:

- (P4) „[...] jeder hat das Spiel gespielt, aber es war in echt wirklich nicht so toll [...]“

Insgesamt wird deutlich, dass Framing-Effekte zwar nicht immer eine komplette Meinungsänderung bewirken, jedoch häufig zu einer Verschiebung in Richtung Vorsicht oder Skepsis führen. Dies bestätigt die Annahme, dass Frames vor allem bei unsicheren oder ambivalenten Rezipienten wirksam sind, indem sie Bewertungen subtil in eine bestimmte Richtung lenken (Matthes, 2014).

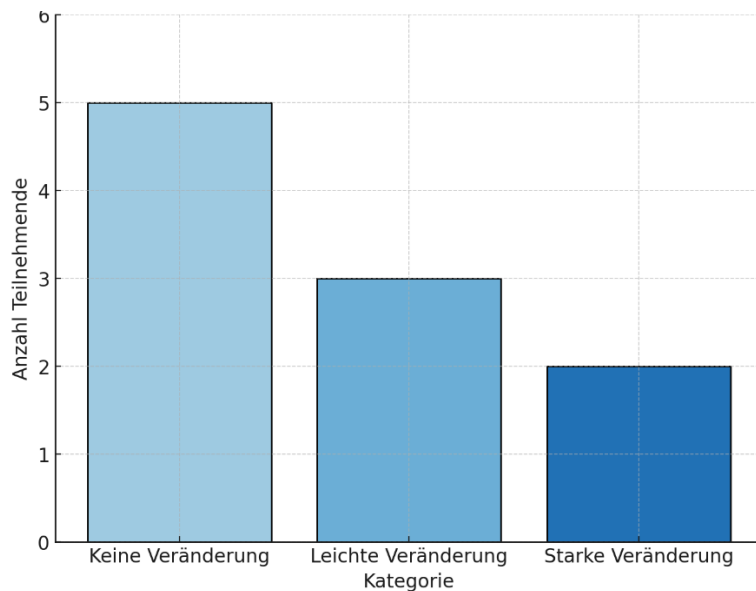


Abbildung 11 Auswirkungen auf die eigene Meinung

## 4.6. Medienkritik

Die Analyse der Interviews hat ergeben, dass die Befragten die Spiele selbst sowie die Art der medialen Darstellung kritisch reflektieren. Mehrere Teilnehmer der Diskussion betonten, dass Reviews oftmals einseitig wirken – entweder zu negativ oder zu oberflächlich. Eine Person gab folgende Erklärung ab:

- (P1) „Fand es im zweiten Video teilweise zu negativ.“

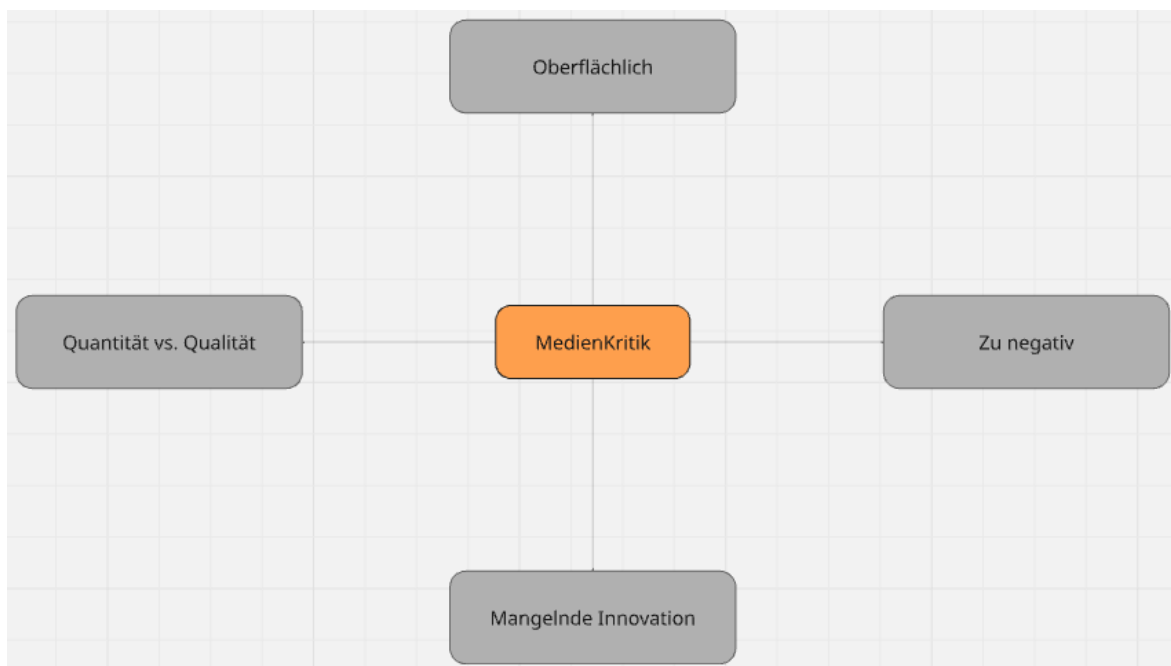


Abbildung 12 Medienkritik der Teilnehmer

Andere verwiesen auf die mangelnde inhaltliche Tiefe und kritisierten, dass Präsentationen häufig den äußeren Rahmen betonen, statt sich intensiv mit dem Gameplay auseinanderzusetzen:

- (P4) „...alles wurde ein bisschen oberflächlich präsentiert.“

Ein weiterer Kritikpunkt bezog sich auf die Gewichtung zwischen Quantität und Qualität. Die Wahrnehmung war, dass in manchen Reviews viele Features aufgezählt werden, ohne deren Relevanz oder Umsetzbarkeit zu hinterfragen:

- (P6) „[...] wurde hier wahrscheinlich eher auf Quantität als auf Qualität geachtet.“

Darüber hinaus wurde auch die Spieleindustrie selbst in die Kritik einbezogen. Besonders das Beispiel Bethesda zeigt, dass manche Teilnehmende in Reviews und Spielen eine gewisse Stagnation und Innovationsarmut erkennen:

- (P9) „Fühlt sich an, als sei das Studio in der Zeit stehen geblieben.“

Diese Einschätzungen verdeutlichen, dass die Teilnehmenden ein Bewusstsein für potenziell verzerrte Darstellungen entwickelt haben. In diesem Kontext manifestiert sich Medienkritik auf unterschiedlichen Ebenen. Einerseits wird sie in einzelnen Rezensionen zum Ausdruck gebracht und zeigt sich dort in Aspekten wie Negativität und Oberflächlichkeit. Andererseits findet sie auch im übergeordneten Branchenkontext Ausdruck, wobei sie sich in Bezug auf mangelnde Innovation und ein Ungleichgewicht zwischen Qualität und Quantität äußert. Dies legt nahe, dass die befragten Personen nicht nur Konsument\*innen von Reviews sind, sondern sich auch aktiv mit deren Glaubwürdigkeit und Relevanz auseinandersetzen.

#### 4.7. Reaktion auf gezeigte Videos

Die Reaktionen auf die beiden gezeigten Videos verdeutlichen, dass sich Unterschiede in der Darstellung und Schwerpunktsetzung unmittelbar auf die Wahrnehmung der Teilnehmenden auswirkten. Während das erste Video zum Teil als schwer nachvollziehbar oder oberflächlich beschrieben wurde, erhielt das zweite Video überwiegend die Einschätzung, glaubwürdiger und informativer zu sein.

So machte eine Person deutlich, dass die Konzentration beim ersten Video verloren ging:

- (P2) „Zwischendrin habe ich den Faden verloren.“

Ein anderer Befragter schilderte einen starken Ersteindruck, der jedoch im Verlauf relativiert wurde, und hob besonders die inhaltliche Substanz des zweiten Videos hervor:

- (P3) „Ich muss ehrlich sagen, es hat mich anfangs sehr gepackt.“
- (P3) „Das nimmt einem kreativen Freiraum.“

Auch die Einschätzung von P7 weist darauf hin, dass die detailliertere Informationsvermittlung des zweiten Videos als entscheidender Vorteil wahrgenommen wurde:

- (P7) „Ich würde schon sagen, dass das 2. Video glaubwürdiger war. Allein weil es mir mehr Infos gegeben hat, die mir das erste Video nicht gegeben hat.“

Besonders deutlich wird die kontrastierende Wirkung in der Einschätzung von P9, die den Unterschied zwischen werblichen und kritischen Akzenten herausstellt:

- (P9) „Ja. Viel glaubwürdiger. Das erste Video hat eben versucht ganz viele kleine positive Sachen herauszupicken und diese ganz groß aufzubauschen. Und im 2. Video werden auch eben die kleinsten Fehler mit angesprochen.“

Die vorliegenden Aussagen legen nahe, dass die Art der Präsentation einen signifikanten Einfluss auf die Wahrnehmung eines Spiels hat, wobei eine positive Wahrnehmung mit einer optimistischen Präsentation assoziiert wird, während eine negative Wahrnehmung mit einer kritischen Präsentation einhergeht. Bereits geringfügige Unterschiede in der Gewichtung und Tonalität können die Glaubwürdigkeit, die Aufmerksamkeit und die Kaufbereitschaft der

Zuschauer erheblich beeinflussen.

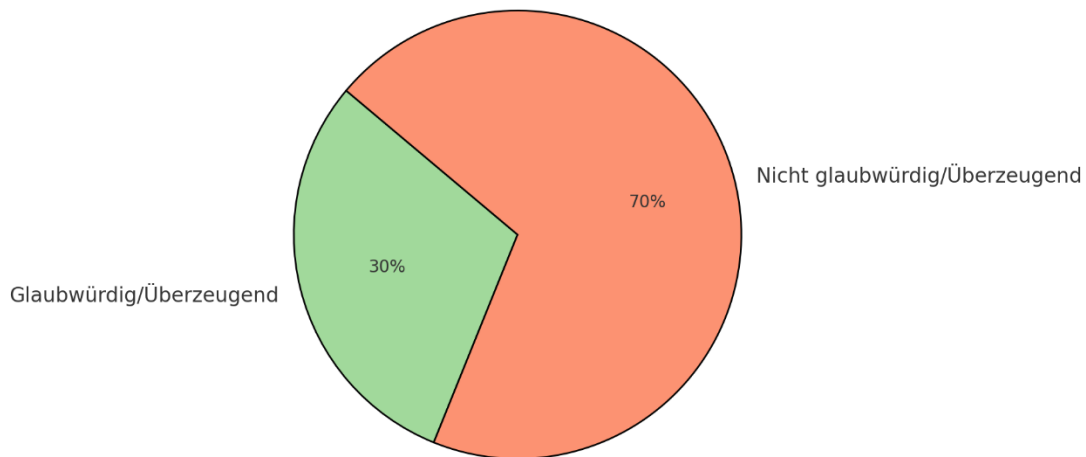


Abbildung 13 Reaktion auf Video 1

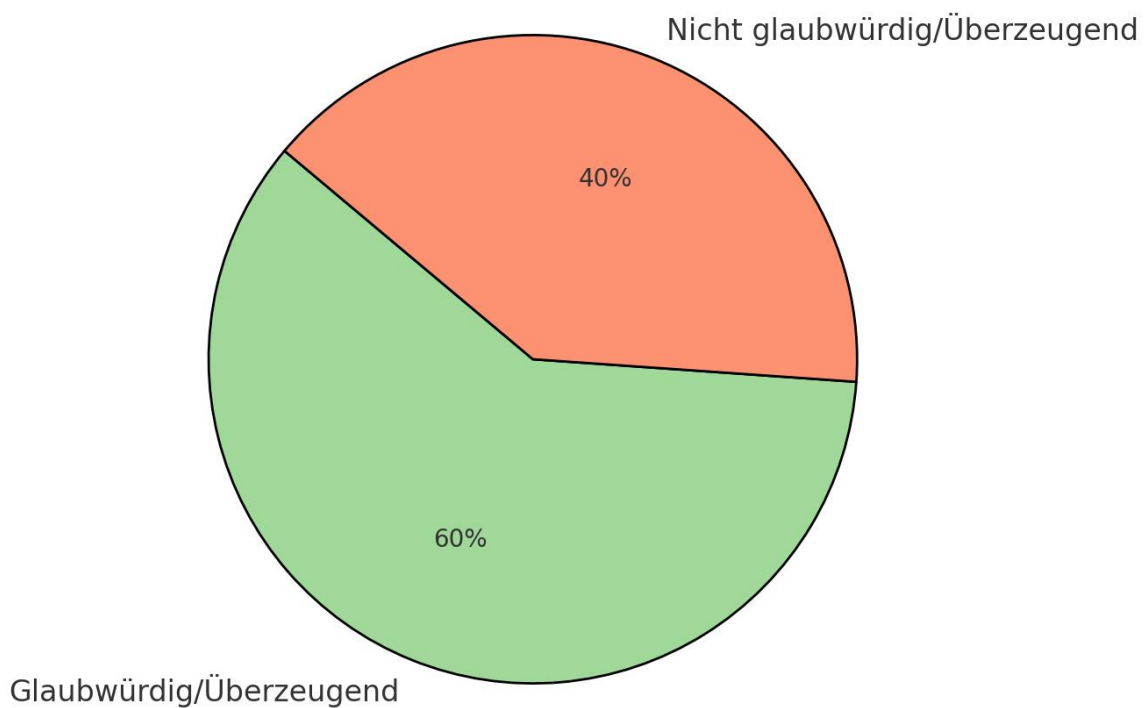


Abbildung 14 Reaktion auf Video 2

#### 4.8. Umgang mit Framing in der Zukunft

Die Befragten wiesen darauf hin, dass sie durch das Interview und den Framing-Test für die Wirkung von Frames sensibilisiert wurden. Mehrere

Teilnehmerinnen und Teilnehmer bekundeten das Vorhaben, zukünftig eine verstärkte Aufmerksamkeit auf die Berichterstattung zu richten und Informationen einer kritischen Prüfung zu unterziehen. In diesem Zusammenhang wurde insbesondere auf die Relevanz einer sensiblen Wahrnehmung sprachlicher Signale sowie die Notwendigkeit einer multiperspektivischen Analyse hingewiesen.

- (P2) „Sowas nimmt man mit.“ / „Ich glaube mir werden beim nächsten Mal schon die ersten Dinge auffallen.“
- (P9) „Nur eine Review anzuschauen wäre verantwortungslos.“

Diese Aussagen verdeutlichen, dass die Teilnehmenden eine höhere Medienreflexivität entwickeln wollen und Framing künftig bewusster hinterfragen möchten.

## 5. Diskussion

### 5.1. Einordnung der Ergebnisse im Forschungskontext

Die Ergebnisse der Interviews stützen zentrale Erkenntnisse der bisherigen Forschung zur medialen Darstellung von Videospiele und erweitern diese um die Perspektive der Rezipienten. Auffällig ist zunächst die ambivalente Wahrnehmung, die sowohl positive als auch kritische Deutungen umfasst. Dieses Spannungsfeld manifestiert sich bereits in kultur- und medienwissenschaftlichen Arbeiten: Squire (2002) beschreibt, dass Videospiele seit ihrer Entstehung gleichermaßen Faszination und Ängste ausgelöst haben. Auch die Befragten dieser Studie spiegeln diese Ambivalenz wider, indem sie Games einerseits als selbstverständlichen Bestandteil ihrer Alltagskultur beschreiben, andererseits jedoch Skepsis gegenüber übertrieben positiven oder werblichen Darstellungen äußern.

Ein weiterer Befund betrifft den kritischen Umgang mit problemorientierten Frames, insbesondere im Hinblick auf Gewalt. Gentile und Anderson (2003) stellen in ihrer Studie eine signifikante Korrelation zwischen der Nutzung von Videospiele und einer Zunahme von Aggression sowie schulischen Leistungsproblemen fest. Die vorliegenden Ergebnisse zeigen jedoch eine

deutlich differenziertere Bild. Die befragten Personen erkennen zwar, dass mediale Berichterstattung Gewalt und Suchtgefahren häufig betont, verweisen jedoch gleichzeitig auf die Notwendigkeit, solche Darstellungen kritisch zu hinterfragen und in Relation zu eigenen Spielerfahrungen zu setzen. Damit wird die von Ferguson (2015) geäußerte Kritik an einer oftmals einseitigen Fokussierung auf Gewaltaspekte bestätigt.

In den Interviews wird zudem die Frage nach der Qualität der journalistischen Beiträge erörtert. Die Skepsis der Teilnehmenden gegenüber den Aspekten der Unabhängigkeit und Neutralität journalistischer Beiträge deckt sich mit Studien, die auf die enge Verflechtung von Public Relations und Videospield Journalismus hinweisen (Salzmann, 2014; Festag, 2022). Während klassische Magazine in hohem Maße von Anzeigenabhängigkeiten geprägt sind, verfolgen neuere Publikationen verstärkt den Anspruch, Videospiele als Kulturgut zu kontextualisieren (Festag, 2022). Die von den Befragten vorgebrachte Kritik, die Berichterstattung sei oft zu oberflächlich oder interessengeleitet, lässt sich somit in einen breiteren medienkritischen Diskurs einordnen.

Darüber hinaus verdeutlichen die Ergebnisse die wachsende Medienkompetenz und Reflexionsfähigkeit der Rezipienten. Die Teilnehmenden berichteten, unterschiedliche Quellen zu vergleichen und Framing-Effekte bewusst zu hinterfragen. Diese Ergebnisse stützen die Hypothese, dass Mediennutzer nicht passiv den vorgegebenen Rahmenbedingungen folgen, sondern aktiv Strategien entwickeln, um diese kritisch zu prüfen (Quandt, 2008). Gleichzeitig zeigt der durchgeführte Framing-Test, dass sprachliche Rahmungen auch bei informierten Rezipienten Wirkung entfalten können. Dies bestätigt die Relevanz der Framing-Theorie im Kontext der Videospield Berichterstattung (Entman, 1993).

Die Ergebnisse können folglich als Bestätigung bisheriger Forschungsarbeiten interpretiert werden, wobei zugleich eine Erweiterung dieser durch den Fokus auf die Rezipienten-Perspektive zu verzeichnen ist. Obwohl zahlreiche Studien sich vornehmlich mit den Inhalten der Berichterstattung befasst

haben, demonstriert diese Arbeit, dass Frames von Rezipienten zwar wahrgenommen, jedoch nicht unreflektiert internalisiert werden.

## 5.2. Interpretation im Hinblick auf die Forschungsfrage

Die zentrale Forschungsfrage lautete: *„Wie nehmen Rezipienten die mediale Berichterstattung über Videospiele wahr – und welche Rolle spielt Framing bei ihrer Meinungsbildung?“*

Die Analyse der Interviews deutet darauf hin, dass Rezipienten Framing-Effekte wahrnehmen, diese jedoch nicht zwangsläufig zu einer unmittelbaren Meinungsänderung führen. Vielmehr fungieren Frames oftmals als Verstärker bestehender Einstellungen. Personen, die gegenüber werblichen oder übertrieben positiven Darstellungen ohnehin skeptisch eingestellt sind, reagierten besonders sensibel auf sprachliche Rahmungen und kritisierten diese offen. Diese Ergebnisse stützen die Annahme der Framing-Theorie, dass vorhandene Einstellungen und Erfahrungen die Rezeption von Frames maßgeblich beeinflussen (Entman, 1993).

Zudem wurde deutlich, dass Frames nicht wirkungslos bleiben. Der Framing-Test ergab, dass die gezielte Verwendung spezifischer Begriffe wie "realitätsnah" oder "geerdet" die Wahrnehmung des zweiten Videos signifikant beeinflusste. Mehrere Teilnehmende übernahmen diese Begriffe in ihren Antworten oder nahmen eine stärkere Bewertung in diese Richtung vor. Diese Beobachtung unterstreicht die Wirksamkeit von Frames selbst in scheinbar neutralen Kontexten, insbesondere in Situationen, in denen Rezipienten über eine ausgeprägte Medienkompetenz verfügen.

Ein weiterer zentraler Befund betrifft die aktive Rolle der Rezipienten im Umgang mit medialen Frames. Die Mehrheit der Befragten legte Wert auf die Feststellung, dass es essenziell sei, sich mittels der Nutzung mehrerer Informationsquellen und eines darauffolgenden kritischen Vergleichs verschiedener Darstellungen zu informieren. Diese Strategien können als Schutzmechanismen interpretiert werden, die dazu beitragen, die Wirkung von

Frames abzumildern. Die vorliegende Untersuchung bestätigt die These, dass Mediennutzer nicht ausschließlich passive Empfänger von Frames sind, sondern in der Lage sind, deren Einfluss zu reflektieren und einzuordnen (Quandt, 2008).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Framing in der Berichterstattung über Videospiele zwar eine messbare Wirkung auf die Wahrnehmung hat, diese Wirkung jedoch stark von individuellen Vorerfahrungen und der Medienkompetenz der Rezipienten geprägt ist. Frames können Meinungen verstärken oder akzentuieren, sind jedoch nur in seltenen Fällen ursächlich für einen grundlegenden Einstellungswandel.

### 5.3. Grenzen der Aussagekraft und kritische Einordnung der eigenen Forschung

Es ist zu konstatieren, dass die Aussagekraft der vorliegenden Ergebnisse, wie bei jeder qualitativen Untersuchung, begrenzt ist. Zunächst ist die Stichprobe mit einer überschaubaren Zahl an Interviewpartnern als klein zu klassifizieren. Die gewonnenen Erkenntnisse gestatten demzufolge keine Ableitung von repräsentativen Aussagen für die Gesamtbevölkerung, sondern lediglich die Erlangung explorativer Einblicke in individuelle Wahrnehmungen.

Des Weiteren ist zu bedenken, dass die Selektion der Teilnehmerinnen und Teilnehmer potenziell zu Verzerrungen führen kann. Ein signifikanter Anteil der Befragten gab an, über eigene Spielerfahrungen zu verfügen und der Gaming-Kultur bereits begegnet zu sein. Dies fördert eine reflektierte Auseinandersetzung mit medialen Darstellungen, begrenzt jedoch die Übertragbarkeit der Ergebnisse auf weniger erfahrene Rezipienten.

Das gewählte Setting der Interviews bedingt eine methodische Restriktion. Der Einsatz des Framing-Tests ermöglichte zwar die Visualisierung von Reaktionen auf spezifische sprachliche Rahmungen, gleichzeitig kann jedoch nicht ausgeschlossen werden, dass die Fragestellung selbst einen Einfluss auf

die Antworten hatte. Dies impliziert eine gewisse Reaktivität, die in der Interpretation zu berücksichtigen ist.

Darüber hinaus fokussiert sich die vorliegende Arbeit ausschließlich auf die Perspektive der Rezipienten. Eine systematische Inhaltsanalyse journalistischer Beiträge, die Aufschluss über die tatsächlich verwendeten Frames geben könnte, wurde nicht durchgeführt. In der Konsequenz ist die vorliegende Analyse auf die Wahrnehmungsebene beschränkt und kann nicht alle Facetten des Framing-Prozesses abbilden.

Die Ergebnisse sind daher vorrangig als explorative Annäherung zu verstehen, die Anhaltspunkte für weitere Forschung liefert. Eine vielversprechende Forschungsstrategie besteht in der Kombination von Rezipienten-Studien und Inhaltsanalysen, um die komplexen Wechselwirkungen zwischen medialen Frames und deren Wahrnehmung noch umfassender zu erfassen.

Da ein qualitatives Forschungsdesign mit leitfadengestützten Interviews gewählt wurde, stehen die subjektiven Wahrnehmungen im Vordergrund, nicht deren Repräsentativität. Die Anzahl der interviewten Personen erlaubt die Identifizierung wiederkehrender Deutungsmuster, gestattet jedoch keine generalisierbaren Aussagen über die Gesamtheit der Bevölkerung. Zudem besteht die Möglichkeit, dass die Zusammensetzung der Stichprobe bestimmte Sichtweisen verstärkt, während andere weniger präsent sind.

Zudem ist zu berücksichtigen, dass die Ergebnisse von Interviews auf Erinnerungen und Selbstauskünften basieren, die potenziell von Verzerrungen betroffen sind. Es ist anzunehmen, dass einige der Befragten ihr Medienhandeln in der Studie möglicherweise bewusster oder reflektierter darstellen, als es in der Realität der Fall ist. Diese Einschränkung ist charakteristisch für qualitative Interviewstudien, beeinträchtigt jedoch nicht die Möglichkeit, Interpretationsmuster und Reflexionsstrategien evident zu machen.

Darüber hinaus sind mit dem Framing-Konzept selbst Herausforderungen verbunden. Die Abgrenzung von Frames ist in der Regel nicht eindeutig möglich, sodass die Entscheidung, welche Elemente als frameprägend zu

betrachten sind, stets auch eine interpretative Leistung der Forschenden darstellt. Das vorliegende Spannungsfeld erfordert ein Vorgehen, das durch Transparenz gekennzeichnet ist, sowie vorsichtige Schlussfolgerungen.

Trotz der aufgezeigten Limitationen generiert die Arbeit einen signifikanten Mehrwert, da sie verdeutlicht, dass Rezipienten mediale Darstellungen von Videospiele nicht passiv übernehmen, sondern diese vielmehr kritisch einordnen und mit eigenen Erfahrungen abgleichen. Die vorliegende Studie ergänzt demnach bereits bestehende Forschungsarbeiten, die sich vornehmlich auf Inhaltsanalysen der Medienberichterstattung fokussiert haben, und rückt die Perspektive des Publikums verstärkt in den Fokus. Die Ergebnisse sollten daher als kontextsensitive Einsichten verstanden werden, die Anregungen für weitere Forschung geben, ohne den Anspruch auf Allgemeingültigkeit zu erheben.

## 6. Fazit

### 6.1. Zusammenfassung der zentralen Erkenntnisse

Die Untersuchung hat gezeigt, dass Rezipienten Framing in der Berichterstattung über Videospiele wahrnehmen, dessen Wirkung sie jedoch überwiegend kritisch reflektieren. Frames entfalten ihre Wirkung in erster Linie als Verstärker bereits vorhandener Einstellungen, weniger als Auslöser gänzlich neuer Meinungen. Gleichwohl hat der Framing-Test gezeigt, dass bereits einzelne sprachliche Begriffe die Wahrnehmung beeinflussen können.

Die Interviews haben zudem die ambivalente Wahrnehmung von Videospiele bestätigt, wie sie auch in früherer Forschung beschrieben wurde. Games werden einerseits als integraler Bestandteil des kulturellen Alltags betrachtet, andererseits werden sie jedoch nach wie vor mit potenziellen Risiken wie Gewalt oder Sucht assoziiert. Auffällig war darüber hinaus die kritische Haltung vieler Befragter gegenüber der Nähe von PR und Journalismus, die

als potenzielle Einschränkung journalistischer Unabhängigkeit wahrgenommen wird.

Ein zentrales Ergebnis der Untersuchung ist zudem, dass Rezipienten eigene Strategien entwickeln, um mediale Deutungsrahmen zu hinterfragen und deren Wirkung abzumildern. Hierzu zählen insbesondere der Vergleich mehrerer Quellen sowie ein bewusster, kritischer Umgang mit medialen Inhalten. Trotz der limitierten Stichprobengröße und der Zusammensetzung der Befragten – überwiegend erfahrene Spieler – konnten wertvolle Einblicke in die Wahrnehmung und Wirkung medialer Frames gewonnen werden.

Im Vergleich zur bestehenden Forschung bestätigt die Arbeit damit zentrale Muster: Bereits Squire (2002) beschrieb die gleichzeitige Faszination und Skepsis gegenüber Games, während Braithwaite (2016) verdeutlichte, dass Frames um Spiele auch Identitäts- und Kulturfragen strukturieren. Die Ergebnisse der Untersuchung legen nahe, dass Rezipienten diese Diskurse nicht passiv übernehmen, sondern sie aktiv reflektieren und zum Teil in Frage stellen.

Darüber hinaus unterstreichen die Befunde die praktische Relevanz für Medien und Journalismus: Die bewusste Auseinandersetzung der Befragten mit Frames deutet darauf hin, dass eine transparente, unabhängige und differenzierte Berichterstattung einen entscheidenden Beitrag zur Medienkompetenz leisten kann. Die vorliegende Arbeit knüpft an theoretische Diskussionen an und liefert zugleich Hinweise auf die Wechselwirkung zwischen journalistischer Praxis und Rezipienten-Verhalten.

## 6.2. Ausblick und Empfehlungen für künftige Forschung

Die Ergebnisse dieser Arbeit verdeutlichen, dass das Phänomen des Framings in der Berichterstattung über Videospiele ein relevantes, aber bislang nur unzureichend erforschtes Feld darstellt. Für zukünftige Studien ergeben sich daraus mehrere Ansatzpunkte.

Es empfiehlt sich, die Untersuchung auf eine größere und stärker diversifizierte Stichprobe auszuweiten. Es ist anzunehmen, dass insbesondere Rezipienten ohne langjährige Spielerfahrung oder mit geringem Gaming-Bezug andere Wahrnehmungen aufweisen und damit neue Perspektiven eröffnen. Es bedarf weiterer Untersuchung, um zu ermitteln, inwiefern kulturelle Unterschiede die Wirkung von Frames beeinflussen. Zu diesem Zweck könnten internationale Vergleiche herangezogen werden.

Darüber hinaus wird eine größere methodische Vielfalt angeboten. Obwohl diese Arbeit auf leitfadengestützten Interviews basierte, könnten quantitative Befragungen oder experimentelle Designs ergänzende Erkenntnisse liefern, insbesondere zur Messung subtiler Framing-Effekte. Eine Kombination aus Inhaltsanalysen und Rezipienten-Befragungen könnte einen Beitrag dazu leisten, die Wechselwirkung zwischen medialen Darstellungen und deren Wahrnehmung noch präziser zu erfassen.

Ein vielversprechender Forschungsansatz besteht in der Untersuchung neuer Kommunikationsräume. Da ein signifikanter Anteil der Diskussionen über Videospiele gegenwärtig auf Social-Media-Plattformen und Streaming-Diensten stattfindet, ist zu untersuchen, inwiefern dort alternative Deutungsrahmen vorherrschen, die sich von denen klassischer Publikumsmedien unterscheiden. In diesem Zusammenhang könnte die Rolle von Influencern und Content-Creators aufschlussreich sein, da sie oft eine hybride Position zwischen PR und Journalismus einnehmen.

Schließlich könnten auf dieser Grundlage praxisorientierte Empfehlungen entwickelt werden, die darauf abzielen, Journalisten für den bewussteren Umgang mit Frames zu sensibilisieren. Diese Maßnahme würde nicht nur zu einer ausgewogeneren Berichterstattung beitragen, sondern auch die Medienkompetenz des Publikums fördern.

Die vorliegende Untersuchung kommt zu dem Schluss, dass die Erforschung von Framing in der Videospieldarstellung sich in einer primären Phase befindet. Die vorliegenden Ergebnisse können als Ausgangspunkt für weitere Untersuchungen dienen, die darauf abzielen, das Phänomen detaillierter zu analysieren und somit zu einem tieferen Verständnis der medialen Konstruktion von Videospielelementen beizutragen.

# Literaturverzeichnis

- Kowert, R., & Quandt, T. (Eds.). (2016). *The video game debate: Unravelling the physical, social, and psychological effects of digital games*. Routledge
- Ferguson, C.J. (2015). *Do angry Birds make for angry children? A meta-analysis of video game influences on children's and adolescents' aggression, mental health, prosocial behavior, and academic performance*. *Perspectives on Psychological Science*, 10(5), 646-666. <https://doi.org/10.1177/1745691615592234>
- Squire, K. (2002). *Cultural framing of computer/video games*. *Game Studies*, 2(1). <http://www.gamestudies.org/0102/squire/>
- Heritage, F., & Humphreys, C. (2024). *Are videogames represented as violent in the press? Hypothesis testing using MD-CADS and corpora from UK newspapers in 2000 and 2020*. *Corpora*, 19(2), 217-240. <https://doi.org/10.3366/cor.2024.0308>
- Gentile, D. A., & Anderson, C. A. (2003). *Violent video games: The newest media violence hazard*. In D. A. Gentile (Ed.), *Media violence and children* (pp. 131 – 152). Praeger.
- Baithwaite, A. (2016). *It's about ethics in games journalism? Gamergates and geek masculinity*. *Social Media + Society*, 2(4), 1-10. <https://doi.org/10.1177/2056305116672484>
- Mayring, P. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (12. Aufl.). Beltz.
- Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

- Matthes, J. (2014). *Framing*. In C. Reinemann (Hrsg.), *Handbuch Kommunikationswissenschaft* (S. 217–234). Springer VS
- Scheufele, D. A. (2003). *Framing-effects approach: A theoretical and methodological critique*. *Communications*, 28(4), 401 – 428.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. University of Chicago
- Consalvo, M. (2004). *Boys' games and girl's games: Gender and genre in the computer game industry*. *Feminists Media Studies*, 4(1), 117-132. <https://doi.org/10.1080/1468077042000181237>
- Schulz, W. (2011). *Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung*. Springer VS.
- Schulz, W. (2011). *Cultural framing of computer/video games*. *Game Studies*, 2(1). <http://www.gamestudies.org/0102/squire/>
- Brosius, H. -B., & Eps, P. (1995) *Framing analysis: An approach to identify media frames*. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 7(4), 221-233.
- Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. University of Chicago Press.
- Nieborg, D. B., & Sihvonen, T. (2009). *The new gatekeepers: The occupational ideology of game journalism*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 15(4), 485 -500. <https://doi.org/10.1177/1354856509342332>
- Stroud, N. J. (2008). *Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure*. *Political Behavior*, 30(3), 341 – 366. <https://doi.org/10.1007/s11109-007-9050-9>

Festag, S. (2022). *Qualität der Qualitätsprüfung: Testberichte im klassischen und modernen Videospieldjournalismus* [Bachelolorarbeit, Hochschule Bonn-Rhein-Sieg]. <https://doi.org/10.18418/opus-6198>

Prostináková Hossová, M., Martovič, M., & Solík, M. (Hrsg.). (2023). *Marketing identity: AI – The future of today* [Conference proceedings] University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava. ISBN 978-80-572-0415-2

# Anhang

C	D	E	F	G	H	I	J
<p>Allgemeines Gaming-Verhalten</p> <p>Spielt seit früher Kindheit, erster Kontakt mit Videospielen im Alter von 3 oder 4 Jahren (Zeit: „Schon seit ich denken kann, mit 3 oder 4 angefangen mit einem Gameboy“).</p> <p>Bevorzugt Sidescroller und Plattform, Lieblingsreihe ist Pokémon (Zeit: „Lieblingsfranchise ist Pokémon aber ich mag auch Sidescroller und Plattform“).</p>	<p>Informationsverhalten &amp; Quellenbewertung</p> <p>Früher GameMaster-Magazine. Heute Social Media, Nintendo-Kanäle, Freunde, Schaut Andude, vertraut aber nicht blind. („Früher GameMaster Magazine, monatlich Zeitschriften gekauft.“ / „Heute, Franchises auf Social Media, Nintendo-Kanäle, Freunde.“ / „Andude ist einer der Influencer, die ich gucke, aber ich vertraue nicht blind (jeher Meinung.“)</p>	<p>Framing-Wahrnehmung</p> <p>Framing wird angesprochen aber nicht direkt genannt. („anfangs wurde das Video überladen mit irrelevanten Informationen.“) Der Vergleich zu anderen Spielen wurde positiv aufgefasst. („Ich fand ebenso die vergleiche zu anderen Spielen gut.“)</p>	<p>Auswirkungen auf eigene Meinung</p> <p>Eigene Meinung bleibt trotz der Videos weitgehend stabil, bestimmte Kritikpunkte (z.B. Schnellreise) sind persönlich irrelevant. („Meine Meinung hat sich nicht wirklich geändert. Schnellreise stört mich nicht, kenne ich aus anderen Spielen.“)</p> <p>Nach dem zweiten Video fühlt er sich „wohler“ bei der Vorstellung, das Spiel zu kaufen. Nach dem ersten Video eher desinteressiert (Fäden verloren, Spiel geht „an ihm vorbei“). Kanal-Vertrauen beeinflusst Kaufneigung. („Es kam mir einfach sehr bekannt vor“)</p>	<p>Medienkritik</p> <p>Kritik soll fair bleiben, überzogene Negativbegriffe wie „beschämend“ stören. („Fand es im zweiten Video teilweise zu negativ, mit Begriffe wie „beschämend“. Kritik ist okay, aber es soll fair bleiben.“)</p> <p>Kritisiert das erste Video: langweilige Gameplay-Szenen („einfach nur den Hintergrund ausfüllen“), Sci-Fi interessiert ihn nicht, („Bethesda-Spiele schauen alle ähnlich aus“)</p> <p>Zweites Video stimmiger, Sprecherin positiv hervorgehoben. („Ich fand die Sprecherin sehr gut“)</p>	<p>Reaktion auf Videos</p> <p>Video 1 zu langatmig, Video 2 realistischer und informativer. („Vergleiche beide Videos: Video 1 zu langatmig, zu viel Abschweifung. Video 2 realistischer, geht auf Features ein“)</p> <p>Video 1: Langweilig, hat Fäden verloren, visuell uninteressant. Video 2: Besseres Gameplay, bekannte Sprecherin (GameStar) dadurch vertrauter und positiver.</p> <p>begeistert wegen Atmosphäre und den vielen Möglichkeiten im Spiel. „Ich muss ehrlich sagen, es hat mich anfangs sehr gepackt.“</p> <p>Nach zweitem Video folgt ein deutlicher Umschwung, wegen der Kritik an der Schnellreise-Mechanik: „Das nimmt einem kreativen Freiraum.“</p> <p>stuft das zweite Video als glaubwürdiger ein, da es stärker auf Spielmechaniken eingeht. („Das 2. Video wirkt auf mich glaubwürdiger, weil sie mehr auf die Spielmechaniken eingegangen sind.“)</p>	<p>Umgang mit Framing in der Zukunft</p> <p>Wird in Zukunft stärker auf Framing achten. („Ja, ich werde in Zukunft mehr auf Framing achten. Ist logisch, wenn man den Sinn verstanden hat.“)</p> <p>Möchte künftig bewusster auf Framing achten. („so was nimmt man mit“, „ich glaube mir werden beim nächsten Mal schon die ersten Dinge auffallen“).</p>	<p>Reaktion auf Framing-Test</p> <p>Nahm die realistischere Darstellung wahr und ordnete sie als glaubwürdiger ein („Glaubwürdiger war das 2. Video auf jeden Fall... beim 2. Video sah das schon etwas anders aus.“)</p> <p>Empfand Begriffe wie „realistisch“ nicht als störend, sondern als hilfreiche Einordnung („Das sind diese auf Features eingegangen... also im Endeffekt ist es immer schön zu wissen, was man erwarten kann.“)</p> <p>Nahm die realitätsnahe Darstellung als stimmig und vertraut wahr („Es war alles in einem ein stimmigeres Bild für mich.“)</p> <p>Vertraute dem Video stärker durch Bekanntheit des Kanals, was die Kaufbereitschaft erhöhte („...weil du den Kanal auch schon länger kennst... würde mich schon wohler fühlen.“)</p> <p>Lässt sich durch das zweite Video stärker beeinflussen, da Details zu Mechaniken vermittelt werden. („Das 2. Video wirkt auf mich glaubwürdiger... sie sind viel mehr auf die Spielmechaniken eingegangen...“)</p> <p>Erkennt im Nachhinein, dass Begriffe wie „realitätsnah“ ihn beeinflusst haben könnten, ohne es zu merken („Okay, ich glaube wenn du es so sagst habe ich es schon bemerkt.“)</p> <p>Erkennt, dass realitätsnahe Video mit mehr Infos/Gameplay-Szenen positiver auf ihn wirkt. („Ich fand das 2. Video grade deutlich besser.“)</p> <p>Gibt zu, dass es ihn eher zum Spielen motivieren würde, wenn Genre passen würde. („...würde mich das 2. Video eher dazu bewegen...“)</p>
<p>Spielt seit dem Kindesalter (4-5 Jahre). Bevorzugt Rennspiele („zeit klein auf ein Fan“).</p> <p>Spielt außerdem kompetitive Games (Counter Strike, Valorant).</p> <p>Sci-Fi-Genre spricht ihn nicht an. („Sci-Fi ist auch wirklich nichts für mich.“)</p>	<p>Informiert sich hauptsächlich über Freunde, lässt sich von ihnen inspirieren. („Meisten News bekomme ich von Freunden mit, ich lasse mich auch immer gerne inspirieren von Freunden.“)</p> <p>Vertraut Freunden eher als öffentlichen Personen; kein blindes Vertrauen bei Influencern. („Personen des öffentlichen Lebens nicht...“)</p> <p>Wenn meine Freunde mir Spiele empfehlen bin ich schon eher dazu geneigt diese zu kaufen.“)</p> <p>Informiert sich primär über YouTube, vor allem direkt über Publisher oder Entwickler („Ich schaue mir am liebsten YouTube Videos an... von den Publishern der Spiele selbst oder den Entwicklern.“)</p> <p>Freunde haben starken Einfluss auf seine Kaufentscheidungen („...von Freunden lass ich mich die bezüglich schon beeinflussen...“)</p>	<p>Erkennt, dass unterschiedliche Videos unterschiedliche Stimmungen setzen. („Das 2. Video wirkt auf mich glaubwürdiger... weil sie viel mehr auf die Spielmechaniken eingegangen sind.“)</p> <p>Erkennt die Inszenierung, lässt sich aber gleichzeitig davon positiv beeinflussen. („Es war gut strukturiert, man konnte die verschiedenen Aktivitäten sehen, man hat immer was zu tun.“)</p> <p>Vor dem Interview keine bewusste Kenntnis über Framing („Also nein ich weiß nicht wirklich was Framing ist.“)</p>	<p>Meint, Entscheidungen immer reflektiert zu treffen („Ich habe mir immer reichlich Gedanken gemacht.“).</p> <p>glaubt daher, Framing habe ihn bisher nicht bewusst beeinflusst</p>	<p>Keine direkte Medienkritik, aber implizite Kritik am ersten Video: zu oberflächlich, wenig Gameplay, eher Show („...alles wurde ein bisschen oberflächlich präsentiert.“)</p>	<p>Bevorzugt Nr.2 das zweite Video: informativer, mehr Gameplay, bessere Einschätzung („Ich fand das 2. Video grade deutlich besser als das 1.“); erstes Video spannender, aber weniger gehaltvoll</p>	<p>Wird künftig stärker darauf achten („...aber ich glaube ich hab nun ein besseres Auge darauf.“)</p>	<p>Erkennt im Nachhinein, dass Begriffe wie „realitätsnah“ ihn beeinflusst haben könnten, ohne es zu merken („Okay, ich glaube wenn du es so sagst habe ich es schon bemerkt.“)</p> <p>Erkennt, dass realitätsnahe Video mit mehr Infos/Gameplay-Szenen positiver auf ihn wirkt. („Ich fand das 2. Video grade deutlich besser.“)</p> <p>Gibt zu, dass es ihn eher zum Spielen motivieren würde, wenn Genre passen würde. („...würde mich das 2. Video eher dazu bewegen...“)</p>
<p>Spielt seit ca. 5-6 Jahren, erstes Spiel Sonic auf GameCube. („Ich spiele Videospiele glaube ich so seitdem ich 5-6 Jahre alt war. Und mein erstes Spiel war glaube ich Sonic auf der GameCube.“)</p> <p>Mag Open-World und Sandbox-Spiele. („Ich spiele gerne Open-World Games. Spiele in denen man kreativ sein kann. Sandbox eben.“)</p>	<p>Informiert sich primär über YouTube, vor allem direkt über Publisher oder Entwickler („Ich schaue mir am liebsten YouTube Videos an... von den Publishern der Spiele selbst oder den Entwicklern.“)</p> <p>Freunde haben starken Einfluss auf seine Kaufentscheidungen („...von Freunden lass ich mich die bezüglich schon beeinflussen...“)</p>	<p>Erkennt, dass unterschiedliche Videos unterschiedliche Stimmungen setzen. („Das 2. Video wirkt auf mich glaubwürdiger... weil sie viel mehr auf die Spielmechaniken eingegangen sind.“)</p> <p>Erkennt die Inszenierung, lässt sich aber gleichzeitig davon positiv beeinflussen. („Es war gut strukturiert, man konnte die verschiedenen Aktivitäten sehen, man hat immer was zu tun.“)</p> <p>Vor dem Interview keine bewusste Kenntnis über Framing („Also nein ich weiß nicht wirklich was Framing ist.“)</p>	<p>Meint, Entscheidungen immer reflektiert zu treffen („Ich habe mir immer reichlich Gedanken gemacht.“).</p> <p>glaubt daher, Framing habe ihn bisher nicht bewusst beeinflusst</p>	<p>Keine direkte Medienkritik, aber implizite Kritik am ersten Video: zu oberflächlich, wenig Gameplay, eher Show („...alles wurde ein bisschen oberflächlich präsentiert.“)</p>	<p>Bevorzugt Nr.2 das zweite Video: informativer, mehr Gameplay, bessere Einschätzung („Ich fand das 2. Video grade deutlich besser als das 1.“); erstes Video spannender, aber weniger gehaltvoll</p>	<p>Wird künftig stärker darauf achten („...aber ich glaube ich hab nun ein besseres Auge darauf.“)</p>	<p>Erkennt im Nachhinein, dass Begriffe wie „realitätsnah“ ihn beeinflusst haben könnten, ohne es zu merken („Okay, ich glaube wenn du es so sagst habe ich es schon bemerkt.“)</p> <p>Erkennt, dass realitätsnahe Video mit mehr Infos/Gameplay-Szenen positiver auf ihn wirkt. („Ich fand das 2. Video grade deutlich besser.“)</p> <p>Gibt zu, dass es ihn eher zum Spielen motivieren würde, wenn Genre passen würde. („...würde mich das 2. Video eher dazu bewegen...“)</p>

Abbildung 15 Interview Aussagen, codiert. P1-P4

C	D	E	F	G	H	I	J
<p>Spielt aktiv seit 2-3 Jahren, erste Berührungspunkte aber schon in der Kindheit („Also richtig aktiv spiele ich Videospiele seit 2-3 Jahren, aber wenn man wirklich die ersten Berührungspunkte meint, dann auf jeden Fall seit ich klein bin.“)</p>	<p>Informiert sich meist über Instagram und Social Media Memes, keine festen Quellen („Meistens ist es entweder auf Instagram [...] Ich kenne die Namen leider nicht mehr.“)</p>	<p>Vusste vorher nichts über Framing versteht das Konzept nach der Erklärung („Nein leider nicht.“ / „Okay ich verstehe.“)</p>	<p>Gibt zu, dass Gruppenzwang und Präsentation die Meinung beeinflusst haben. („[...] aber es war in echt wirklich nicht so toll wie ich dachte.“)</p>	<p>Keine direkte Medienkritik geäußert – nur implizit durch Hinweis auf Gruppenzwang („[...] jeder hat das Spiel gespielt, aber es war in echt wirklich nicht so toll [...]“)</p>	<p>Fand gezeigte Szenen im zweiten Video besser. („Die gezeigten Szenen fand ich auch diesmal besser.“)</p>	<p>Wird in Zukunft stärker auf Framing achten („[...] sollte es einem einfacher fallen, Framing zu erkennen.“)</p>	<p>Reagiert positiver auf zweites Video durch Begriffe wie „realitätsnah“ („Die gezeigten Szenen fand ich auch diesmal besser.“ / „Ich finde es von Anfang schonmal gut, dass man gewisse Sachen klarstellt.“)</p>
<p>Spielt seit dem Kindesalter, liebt storgbasierte Spiele und Sporttitel („Ungefähr seit dem ich 5 bin [...] Ich liebe Spiele die Geschichten haben [...] viele Sportspiele wie FIFA, Basketball [...]“)</p>	<p>Informiert sich über Social Media, recherchiert zusätzlich selbst („Ich verfolge gerne Social Media und schaue dort was es so neues gibt [...]“)</p> <p>betreibe auch eigene Recherche („[...]“)</p>	<p>Kannte den Begriff grob, verstand nach Erklärungen den Einfluss von Kontext („Ich glaube das bedeutet das man etwas in einen bestimmten Kontext setzt richtig?“ / „Stimmt, jetzt wo du es sagst.“)</p>	<p>Gibt an, schon mehrfach durch Framing zu Fehlkäufen verleitet worden zu sein („Ja 100%. Ein Beispiel ist das Spiel Squirrel with a Gun [...] aktuell fasse ich es nicht an.“)</p>	<p>Kritisiert, dass Präsentation oft wichtiger als Spielqualität gemacht wird („[...] wurde hier wahrscheinlich eher auf Quantität gesetzt.“)</p>	<p>Änderte Meinung nach Video 2 komplett, bemängelt fehlende Immersion („Meine Meinung hat sich um 180 Grad geändert [...] habe ich auch keine Lust mehr drauf.“)</p>	<p>Wird künftig alles doppelt prüfen, um Fehlkäufe zu vermeiden („Ich werde alles in Zukunft Doppelchecken müssen [...]“)</p>	<p>Reagiert stark auf gesetzte Begriffe („realitätsnah“, „geerdet“), wodurch sich seine Meinung komplett ins Negative dreht („Meine Meinung hat sich um 180 Grad geändert.“ / „Wenn ich das so sehe habe ich auch keine Lust mehr drauf.“)</p>
<p>Spielt seit dem Alter von 5 Jahren, bevorzugt Tactical Shooter und Adventure Games („Ich würde auf ca. 20-21 Jahre schätzen. Also im Alter von 5 habe ich, denke ich, angefangen.“)</p>	<p>Bezieht Informationen hauptsächlich über YouTube, vertraut Kanälen wie HandDBlood und Gronkh („Wenn dieser die Spiele gerne spielt, kriegt ich meistens ebenfalls Lust diese auszuprobieren.“)</p>	<p>Nimmt Unterschiede in der Informationsvermittlung wahr; zweites Video liefert entscheidende neue Details. („Im ersten Video wurde nicht angesprochen, dass man nicht frei reisen kann... die Reise dafür immer übersprungen wird.“)</p>	<p>Var nach dem zweiten Video vorsichtiger und kritischer gegenüber dem Spiel eingestellt („Ich wäre sicher vorsichtiger beim Kauf allein auch aus dem Grund das das Spiel nun wirkt als wäre es zu viel von Allem.“)</p>	<p>Erkennt, dass viele Features bewusst hervorgehoben oder weggelassen werden, was die Wahrnehmung verfälschen kann („Es wurden viele Features erklärt und gezeigt die man erst in der Mitte der Spiels kennenlernen [...] nicht unbedingt das einsteigerfreundlichere.“)</p>	<p>Zweites Video wurde als glaubwürdiger wahrgenommen, da es konkretere Infos bot („Ich würde schon sagen das das 2. Video Glaubwürdiger war. Allein weil es mir mehr Infos gegeben hat die mir das erste Video nicht gegeben hat.“)</p>	<p>Wird künftig bewusster auf Framing achten und reflektierter mit medialen Inhalten umgehen („Ich passe in Zukunft umso mehr auf.“)</p>	<p>Reagiert positiver auf zweites Video durch zusätzliche Infos und Fokus auf Features, die im ersten Video fehlten. („Ich würde schon sagen, dass das 2. Video glaubwürdiger war. Allein weil es mir mehr Infos gegeben hat.“)</p>
<p>Spielt seit der Kindheit, erster Kontakt mit dem Nintendo DS im Alter von 8 Jahren („Ich glaube ich habe damals mit 8 meinen Nintendo DS bekommen und da fing alles an.“)</p>	<p>Holt sich Informationen über soziale Medien, Freunde und Reddit, vertraut YouTube-Kanälen wie Gamestar („Also vieles bekomme ich durch Freunde mit, Social Media, YouTube und vor Allem Reddit.“ / „Bei denen [Gamestar] bin ich mir eigentlich immer sicher, dass diese das Spiel fair bewerten.“)</p>	<p>Nimmt persönlicher und kritischer Darstellung im zweiten Video wahr. („Sprecherin hat Storgtelling eingebaut [...] auch angesprochen, was nicht so gut ist.“)</p>	<p>Wurde durch das zweite Video in bestimmten Punkten kritischer, bleibt aber insgesamt positiv gestimmt („Meine Meinung ist schon gleich geblieben, aber es gibt auf jeden Fall ein paar Aspekte, bei denen man jetzt vorsichtiger sein sollte.“)</p>	<p>Erkennt an, dass auch Freunde oder Videos gezielt beeinflussen und man aufpassen muss („[F]loch ja auch jeder seinen Vorschlag oder man schaut sich Videos an, die einen überzeugen sollen.“)</p>	<p>Zweites Video wirkt glaubwürdiger, da persönlicher und kritischer präsentiert („Ich würde sagen von dem was ich gesehen und gehört habe ist das 2. Video schon glaubwürdiger.“)</p>	<p>Wird künftig bewusster auf Framing achten („Mit Sicherheit. Ist ja auch wichtig.“)</p>	<p>Hat sich nicht direkt beeinflussen lassen. Kennenlegung direkt, aber vorsichtiger wegen Schnellreise. („Es gibt ein paar Aspekte, bei denen man vorsichtiger sein sollte [...] Schnellreise schade.“)</p>
<p>Spielt seit der Kindheit, begann mit Gameboy und Nintendo DS („Ich game mein Leben lang schon, angefangen mit dem Gameboy dann irgendwann ein Nintendo DS.“)</p>	<p>Nutzt YouTube (Gamestar) und Streamer als Hauptquellen, vertraut Steam-Präsentationen („YouTube und Social Media sind meine Hauptquellen wie Gamestar.“ / „Steam Präsentationen sind sehr wichtig - was sagen die Konsumenten?“)</p>	<p>Erkennt übertriebene Darstellung im ersten Startfield-Video („Un glaubliche Detailverliebtheit - schlecht gealtert“)</p>	<p>Lies sich vom Herr-der-Ringe-Franchise zum Kauf von Gollum verleiten („Herr der Ringe: Gollum hat mich durch das Franchise überzeugt - rückblickend ein riesiger Fehler“)</p>	<p>Kritisiert Bethedas stagnierende Entwicklungsthemel („[F]ühlte sich an, als sei das Studio in der Zeit stehen geblieben“)</p>	<p>Empfand zweites Video durch kritischere Herangehensweise als glaubwürdiger („Das zweite Video war glaubwürdiger, weil es nicht nur positives aufbauscht“)</p>	<p>Wird künftig mehrere Quellen prüfen („Nur eine Review anzuschauen wäre verantwortungslos.“)</p>	<p>hat bemerkt, dass das zweite Video realistischer und kritischer ist als das erste. Er fand das Framing des zweiten Videos glaubwürdiger, weil es auch Fehler nannte. („Ja. Viel glaubwürdiger. Das erste Video hat eben versucht ganz viele kleine positive Sachen herauszuspielen und diese ganz groß aufzubauen. Und im 2. Video werden auch eben die kleinsten Fehler mit angesprochen.“)</p>

Abbildung 16 Interview Aussagen, codiert. P5 - P9

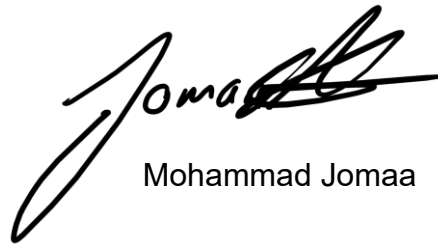
C	D	E	F	G	H	I	J
Spielt seit der Kindheit, begann mit Gameboy und Nintendo DS („Ich game mein Leben lang schon, angefangen mit dem Gameboy dann irgendwann ein Nintendo DS.“)	Nutzt YouTube (Gamestar) und Streamer als Hauptquellen, vertraut Steam-Rezensionen („YouTube und Social Media sind meine Hauptquellen wie Gamestar“, „Steam Rezensionen sind sehr wichtig - was sagen die Konsumenten?“)	Erkennt übertriebene Darstellung im ersten Starfield-Video („Unglaubliche Detailverliebtheit - schlecht gealtert“)	Lies sich vom Herr-der-Ringe-Franchise zum Kauf von Gollum verleiten („Herr der Ringe: Gollum hat mich durch das Franchise überzeugt - rückblickend ein riesiger Fehler“)	Kritisiert Bethesdas stagnierende Entwicklungsformel („Fühlt sich an, als sei das Studio in der Zeit stehen geblieben“)	Empfand zweites Video durch kritischere Herangehensweise als glaubwürdiger („Das zweite Video war glaubwürdiger, weil es nicht nur positives aufbauscht“)	Will künftig mehrere Quellen prüfen („Nur eine Review anzuschauen wäre verantwortungslos“)	hat bemerkt, dass das zweite Video realistischer und kritischer ist als das erste. Er fand das Framing des zweiten Videos glaubwürdiger, weil es auch Fehler nannte („Ja, Viel glaubwürdiger. Das erste Video hat eben versucht ganz viele kleine positive Sachen herauszupicken und diese ganz groß aufzubauschen. Und im 2. Video werden auch eben die kleinsten Fehler mit angesprochen...“)
Spielt seit ca. 20 Jahren, erster Kontakt mit 6 Jahren („...bestimmt seit dem ich 6 Jahre alt bin...“); bevorzugt Aufbau-, Wirtschafts-, Simulations- und Echtzeit-Strategie-Spiele („...Aufbau und Wirtschaftssimulation... Echtzeit-Strategie...“)	Quellenbewertung Nutzt GameStar, PCGames, selten Alt4 Games („Ganz klassisch eigentlich 'GameStar', 'PoGames'...“); prüft mehrere Quellen („Ich schaue mit nicht nur ein Video an...“)	Begriff bekannt, Definition unsicher („...wahrscheinlich keine genaue Definition nennen.“); versteht es als positive/negative Darstellung zur Erwartungssteuerung („...gleich eine entsprechende Erwartungshaltung...“)	Erstes Video interessant, zweites durch Klarstellungen Ausschlusskriterium („...nach einigen Klarstellung... war ich auch schon raus.“)	Kritisiert falsche Erwartungen durch Vorvergleiche wie „No Man's Sky“ („...gut, dass sie... angesprochen haben... kein neues 'No Man's Sky'...“)	Deutlicher Unterschied: zweites Video kürzer, klarer, beeinflusste Einschätzung („...diese Klarstellung... eher ein Ausschlusskriterium.“)	Will stärker darauf achten, erkennt Begriffe als Trigger („...solche Begriffe sind immer ein trigger.“)	Begriffsnutzung bemerkt, aber anfangs nicht hinterfragt („...habe ich das Anfangs nicht hinterfragt...“)

Abbildung 17 Interview Aussagen, codiert. P9 - P10

# Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre, dass ich die vorgelegte Arbeit selbstständig angefertigt, dabei keine anderen Hilfsmittel als die im Quellen- und Literaturverzeichnis genannten benutzt, alle aus Quellen und Literatur, einschließlich des Internets, wörtlich oder sinngemäß entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht und auch die Fundstellen einzeln nachgewiesen habe. Diese Arbeit ist in gleicher oder ähnlicher Form noch bei keiner anderen Prüfungsbehörde eingereicht worden.

Neu-Ulm, den 28.10.2025



Mohammad Jomaa