

# Game-Gendering

## Was Mädels mögen und Jungen schätzen

Von Jürgen Fritz

**In der öffentlichen Diskussion besteht die Meinung, dass virtuelle Spielwelten ein Betätigungsfeld speziell für männliche Kinder, Jugendliche und vermehrt auch für Erwachsene ist. Gibt es einen deutlichen Geschlechteraspekt bei diesen Spielformen? Gilt er generell oder bezieht er sich auf bestimmte Spiele, die sich durch Gewalt, Aggressivität, Waffen und brutale Durchsetzungsformen auszeichnen?**

### Wer virtuelle Welten wählt

Die KIM-Studie 2006<sup>1</sup> weist das Spielen als eines der häufigsten Tätigkeiten von Kindern (zwischen sechs und 13 Jahren) am Computer aus. 63% aller Kinder spielen mindestens einmal die Woche alleine am Bildschirm, 52% gemeinsam mit anderen. Bereits bei dieser Nutzungsintensität gibt es deutliche Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen. Allein spielen 72% der Jungen und lediglich 52% der Mädchen. Auch beim gemeinsamen Spiel mit anderen gibt es diese Unterschiede: 61% der Jungen spielen mindestens einmal wöchentlich mit anderen; bei Mädchen sind es lediglich 42%. Während nur 13% der Mädchen jeden/fast jeden Tag die Computerspiele nutzen, liegt der Anteil der Jungen bei 26%, also doppelt so hoch.

Wie sieht dies bei den Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren aus? Darüber gibt die JIM-Studie 2006 Auskunft.<sup>2</sup> So gelten 37% aller befragten Jugendlichen als „intensive Spieler“, die täglich bzw. mehrmals pro das Computerspiel nutzen. *„Die Differenzierung nach Geschlecht und Alter zeigt die bekannten Muster, mehr als die Hälfte der Jungen weisen eine starke Nutzung auf (...) Zwei Fünftel der Mädchen sind Nicht-Spieler, für sie stellen Computerspiel keine adäquate Form der Freizeitgestaltung dar.“* Berücksichtigt man nur die Jugendlichen, die tatsächlich (zumindest selten) spielen, werden die Unterschiede noch deutlicher: So sind von den Jungen, die man als Computerspieler bezeichnen könnte, 65% täglich oder mehrmals die Woche mit dem Spielen beschäftigt. Bei den Mädchen sind es lediglich 28%.

Festzuhalten ist, dass Jungen tatsächlich wesentlich häufiger zu den Computerspielen greifen und deutlich mehr Zeit damit verbringen als Mädchen. Dies stimmt mit verschiedenen (auch internationalen) Studien überein.<sup>3</sup> Daraus entsteht die spannende Frage, wie sich die Unterschiede erklären lassen. Liegt es möglicherweise daran, dass das Angebot der Videospiele und Computerspiele von der Thematik, den geforderten Spielhandlungen und den „Belohnungswerten“ eher männliche Spieler anspricht und weniger den Interessen und Neigungen weiblicher Nutzer entspricht? Erste Hinweise erhält man, wenn man sich die Präferenzen von männlichen und weiblichen Spielern für die unterschiedlichen Genres von Computer- und Videospiele anschaut.

### Wer sich in welchen virtuellen Welten wohl fühlt

Erste eigene empirische Studien vor mehr als zehn Jahren zeigen, dass es typische Jungen- und typische Mädchenspiele zu geben scheint.<sup>4</sup> Diese ersten Befunde haben sich in nachfolgenden Untersuchungen weitgehend bestätigt. Mädchen bevorzugen eher lustige Spiele oder Szenarien, in denen soziale

Beziehungen eine Rolle spielen. Jungen favorisieren eher kampfbetonte Spiele: insbesondere Action- und Sportspiele sowie Strategiespiele.<sup>5</sup>

Gleichwohl: In der KIM-Studie 2006 stellte sich das Spiel **Die Sims** als deutlicher Favorit heraus, das von 16% der Spieler und damit am häufigsten genannt wurde. „Vor allem Mädchen (22%) schätzen dieses Simulationsspiel, bei dem Interaktion und soziales Verhalten ein wichtiges Spielprinzip darstellen, aber auch bei den Jungen ist es das beliebteste Spiel (12%).“<sup>6</sup> Möglicherweise hat sich mit diesem Spiel ein Spieltyp heraus gebildet, der die bislang als recht eng angesehenen Präferenzunterschiede zwischen männlichen und weiblichen Spielern zum Teil aufhebt. Das Spiel konfiguriert ein „virtuelles Puppenhaus“, das es den Kindern möglich macht, ihre Lebenswünsche und Beziehungsnetze spielerisch zu entfalten und zu erproben. Offensichtlich sind diese Spielangebote nicht nur für Mädchen (was zu erwarten war), sondern auch für Jungen höchst attraktiv. Sie finden sich mit ihren recht unterschiedlichen Nutzungsmotiven dort wieder und können ihre eigene Geschichte, je nach Neigungen, Spielpräferenzen und biografischen Hintergründen konstruieren.<sup>7</sup>

Möglicherweise bietet die Frage nach den Nutzungsmotiven von männlichen und weiblichen Spielern Hinweise auf die Unterschiede der Geschlechter in Hinblick auf Nutzungsdauer und Nutzungsintensität bei Computerspielen. Bei Jungen wie Mädchen ist es von vordringlicher Wichtigkeit, mit dem Spiel klar zu kommen, es zu verstehen, geschickt zu handhaben, es zu beherrschen, Erfolge zu erringen. Je nach Spiel erfordert dies unterschiedliche Kompetenzen. Möglicherweise sprechen die Kompetenzanforderungen von schnellen (zeitkritischen) Action-Spielen eher Jungen als Mädchen an. Es mag für viele Jungen reizvoll sein, auf virtuelle Bedrohungssituationen reaktionsschnell handeln zu können und effektive Handlungsschemata zur Bewältigung dieser Bedrohungen auszubilden. Viele Jungen wollen sich mit ihrem „Lebensgefühl“ in diesen virtuellen Räumen wieder finden: Es muss rasch etwas passieren, Veränderungen wollen in einem rasanten Tempo erlebt und bewältigt werden, auf immer neue Situationen möchte man sich einstellen. Zum Lebensgefühl (und wohl auch zur Lebenssituation!) von Jungen gehört auch, sich in aggressiven Auseinandersetzungen zu bewähren. Von daher fühlen sich viele in virtuellen Welten wohl, in denen genau dies möglich wird. Mit Hilfe der virtuellen Spielfiguren können die Jungen ihre aggressiven Auseinandersetzungen durchleben und sich daran als erfolgreich erweisen. Dieses Spektrum an Nutzungsmotiven mag nur für eine Minderzahl von Mädchen von Interesse sein.

Aber dies allein vermag die Präferenz für Action-Spiele mit deutlichen Gewaltanteilen nicht zu erklären. „Ein Kind wendet sich aktiv seiner Umwelt zu und sucht sich aus dem vorhandenen Computerspielangebot das Spiel aus, das zu seiner Persönlichkeit passt (...). Ob und wie das Spielen des gewählten Computerspiels auf das reale (aggressive) Verhalten des Kindes Einfluss nimmt, hängt entscheidend davon ab, auf welche Persönlichkeit und welche Kognitionen, Emotionen ect. es beim Kind trifft. Diese Wirkung wiederum beeinflusst die erneute Auswahl der entsprechenden Spiele durch das Kind. Das heißt: Medienselektion und -rezeption werden durch persönliche Neigungen und Vorlieben moderiert, denn diese fungieren als Filter und Weichensteller bei der Auswahl der unterschiedlichen Medienprodukte. Zugleich kann auch die Wirkung der Medien von Persönlichkeitseigenschaften abhängen.“<sup>8</sup> Mit anderen Worten: Wir haben es mit einem Regelkreis zu tun, der sowohl mediale Präferenzen beeinflusst, auf das aggressive innere Milieu der Spieler einwirkt, Rückwirkungen auf die Persönlichkeit und die Persönlichkeitsentwicklung der Spieler hat als auch Äußerungsformen des aggressiven Handelns moderiert.<sup>9</sup>

So kann die Präferenz für Action-Spiele recht unterschiedlich erklärt werden: z.B. Langeweile und Reizarmut, Wut und aggressive Impulse, Interesse an Waffen und militärischem Gerät<sup>10</sup>, Wunsch nach raschen Erfolgserlebnissen, gemeinsames Spielerlebnis mit Freunden, Training im Team, um gegen andere Teams erfolgreich zu sein. Diese Motivhintergründe gibt es wahrscheinlich eher bei Männern als bei Frauen, bei Jungen häufiger als bei Mädchen. Gleichwohl: Jeder Spieler, jede Spielerin sucht (und findet) das Computerspiel, das einen angemessenen Beitrag zum eigenen Mood-Management leisten kann: einen

„Mister feel good“, der hilft, in eine gute Stimmung zu kommen.

## Wer welche virtuellen Welten bevölkert

Eine häufig geäußerte Hypothese zu den Gründen für die geschlechtsspezifischen Unterschiede bei der Computerspiel-Präferenz bezieht sich auf die Art der Spielfiguren, die für die Mädchen von geringerer Attraktivität sind wie für die Jungen. Sicherlich gilt noch immer, dass die männlichen Spielfiguren dominieren und dass weibliche Figuren *„in der Regel über wenig Handlungsrelevanz verfügen und eher als Nebenfigur, denn als Hauptfiguren eingesetzt werden. Dabei werden sie häufig in stereotyper, sexualisierter Form dargestellt. In kriegsthematischen Action- und Strategiespielen, die einen großen Teil des Spielmarktes bestimmen, tauchen in aller Regel so gut wie keine weiblichen Spielfiguren auf.“*<sup>11</sup> Gleichwohl kann man feststellen, dass in den letzten Jahren deutlich mehr weibliche Spielfiguren in virtuellen Spielwelten zu finden sind. Man denke nur an Lara Croft und Alice.<sup>12</sup> Außerdem werden die Spielfiguren differenzierter und „individueller“ programmiert.<sup>13</sup>

Neuere Online-Spiele wie etwa **World of Warcraft** bieten die Möglichkeit, „seinen“ Avatar (seinen Stellvertreter/seine Spielfigur in der virtuellen Welt) gemäß den eigenen Vorstellungen zu einem „Charakter“ zu formen. Bei **World of Warcraft** kann der Spieler unter verschiedenen Rassen (Nachtelfen, Untote, Menschen, Orcs usw.) und unterschiedlichen Klassen (z.B. Schamane, Krieger Jäger) wählen. Die Wahl bestimmt den Fähigkeitsbaum. Durch zusätzliche Berufe und Fähigkeiten kann der „Charakter“ weiter ausgebaut werden.<sup>14</sup> Man muss auch das Geschlecht seines Avatars festlegen. *„Anders als im Fall der Klasse oder Rasse hat diese Wahl jedoch keinen Einfluss auf die Fähigkeiten der Charaktere. Das Geschlecht ist keine signifikante Differenz, es bewegt sich, ähnlich wie die Haarfarbe oder die Gesichtszüge allein auf der Ebene des Aussehens – es ist reiner Anschein.“*<sup>15</sup> Ob männlich oder weiblich: Avatare der gleichen Rasse und Klasse haben die gleichen Ausgangsbedingungen und verfügen über die gleichen Handlungsmöglichkeiten. Gleichwohl hat das gewählte Geschlecht sehr wohl Auswirkungen auf die Kommunikationsprozesse der Spieler untereinander bis hin zu den Versuchen, das „wirkliche“ Geschlecht hinter dem Avatar zu erfahren.

Werden damit virtuelle Spielwelten wie **World of Warcraft** für Mädchen und Frauen attraktiver? Verändern sich dadurch die Präferenzverhältnisse? Sicherlich finden solche auf Kommunikation und sozialen Netzen angelegten virtuellen Spielwelten vermehrtes Interesse bei bestimmten Computerspielerinnen. Ob damit aber Verschiebungen stattfinden, die statistisch relevant sind, bleibt abzuwarten. Die Befragung von 130 Jugendlichen auf der Games Convention 2006 in Leipzig erbrachte allerdings als eindeutiges Ergebnis, dass Onlinespiele eine männliche Domäne sind. *„Von den weiblichen Befragten findet sich unter den Onlinespielern nur eine, und zwar eine 17-jährige Berufsschülerin.“*<sup>16</sup> Für viele Mädchen und Frauen, so deutet es die nichtrepräsentative Befragung an, ist ein „Übersiedeln“ in virtuelle Räume (mit Aufenthaltszeiten bis zu neun Stunden täglich, was notwendig zu sein scheint, um den Anforderungen der Spiele zu genügen) nicht sonderlich attraktiv. Gleichwohl muss man konstatieren, dass für eine (möglicherweise größer werdende) Gruppe von Frauen und Mädchen das „Leben“ in virtuellen Räumen durchaus reizvoll sein kann.<sup>17</sup>

## Wer Alternativen wählt

Die Versuche, die Unterschiede in den Präferenzen unter der Perspektive des Game-Gendering zu erklären, vermögen nur zum Teil zu überzeugen. Möglicherweise ist der Begriff „Diversity“ besser geeignet, um zu verdeutlichen, dass die Nutzung der Computer- und Videospiele und die Präferenz für bestimmte Spieltypen von recht unterschiedlichen, miteinander verwobenen Faktoren abhängen und dass Menschen grundsätzlich unterschiedlich sind.<sup>18</sup> Diese Unterschiedlichkeit beginnt bereits da, wo für die

Kinder realistische Wahlmöglichkeiten auf dem Hintergrund der eigenen Vorlieben bestehen. Schaut man sich die World Vision Kinderstudie 2007 an und vergleicht die oft ausgeübten Freizeittätigkeiten von Jungen und Mädchen im Alter von 8 bis 11 Jahren, kann man konstatieren, dass die Mädchen anstelle der intensiven Nutzung von Computerspielen eher basteln/malen/zeichnen, Aktivitäten wie Tanzen, Ballett, Theater nachgehen, sich mit Tieren beschäftigen, lesen, sowie Briefe und Tagebuch schreiben.<sup>19</sup> Die Verfasser der Studie konstatieren, dass bei den vielseitigen Kids Mädchen (89%) im Vergleich zu den Jungen (11%) deutlich die Mehrheit stellen. Bei den Medienkonsumenten ergibt sich ein gegenteiliges Bild. Jungen sind hier mit 82% deutlich mehr als Mädchen (18%) vertreten. Mit anderen Worten: Häufiger Medienkonsum ist ein Jungenthema, das verbunden ist mit einer Reduzierung des Niveaus an Breite und Vielfalt bei den Freizeitaktivitäten und einer größeren Distanz zu kulturell-musischen Beschäftigungsfeldern.<sup>20</sup>

Der Forderung der Autoren der Kinderstudie kann man sich nur anschließen: *„Um auch diesen Kindern eine größere Vielfalt und damit mehr Entwicklungsmöglichkeiten zu erschließen, bedarf es gemeinsamer Unterstützungsleistung. Familie, Schule, außerschulische Einrichtungen und letztlich auch Jugendhilfe sind hier gefordert, Hand in Hand den Kindern zu helfen, einen Zugang zur Vielfalt der möglichen Freizeitaktivitäten zu finden.“*<sup>21</sup> Aus Mangel an Alternativen greifen viele Kinder und Jugendliche (und sicher auch zahlreiche Erwachsene) zu Computer- und Videospiele, deren Belohnungswerte nur einen Mausklick entfernt sind. Es hängt vom pädagogischen Geschick ab, die Vielfalt der Welt für die Kinder zu öffnen und Alternativen anzubieten, aus denen die Kinder dann wählen können, um das zu werden, was sie für sich wollen. Dabei sind die Computer- und Videospiele nicht auszuschließen, sondern sinnvoll in die sich entfaltende Freizeitwelt einzubeziehen.<sup>22</sup>

## Anmerkungen:

1. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2007), Rotebühlstraße 121, 70178 Stuttgart, S. 32.
2. Vgl. ebd. S. 36.
3. Vgl. Salisch, Maria von (2007): Computerspiele mit und ohne Gewalt, Kohlhammer Verlag, Stuttgart, S. 47.
4. Fritz, Jürgen und Misk-Schneider, Karla): Computerspiele aus der Perspektive von Kindern und Jugendlichen; in: Fritz, Jürgen (Hrsg., 1995): Warum Computerspiele faszinieren, Juventa Verlag, Weinheim und München, S. 90 ff.
5. Die Darstellung der aktuellen Forschungslage zu den Geschlechtsunterschieden beim Computerspiel findet sich bei Salisch, Maria von (2007): Computerspiele mit und ohne Gewalt, Kohlhammer Verlag, Stuttgart, S. 47f. Vgl. auch Ladas, Manuel (2002): Brutale Spiele(r), Peter Lang Verlag, Frankfurt, 157 ff.
6. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, a.a.O. S. 36.
7. Eine ausführliche Analyse dieses Spiels findet sich bei Eichner, Susanne: Die Sims: sozialverträglich und beziehungsorientiert?; in: „tv diskurs“, Heft 4/2007, S. 60 ff.
- 8 Salisch, Maria von (2007), a.a.O. S. 117.
9. Vgl. Fritz, Jürgen: Virtuelle Spielwelten und virtuelle Gewalt, in: „tv diskurs“, Heft 4/2007, S. 38.
10. Ausführliche Erörterungen dazu finden sich bei Gieselmann, Hartmut (2002): Der virtuelle Krieg, Offizin Verlag, Hannover.
11. Witting, Tanja: Kennen Sie Mario, Lara und Max Payne? – Spielfiguren; in: Kaminski, Winfried und Witting, Tanja (2007): Digitale Spielräume. Basiswissen Computer- und Videospiele, kopaed Verlag, München, S. 43.
12. Ausführliche Untersuchungen zu den Spielfiguren finden sich bei Kaminski, Winfried: Was Männer lieben und Frauen hassen; in: Fritz, Jürgen (Hrsg.): Computerspiele(r) verstehen, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2008 (im Druck).
13. Eine umfassende Untersuchung zu dieser Thematik stammt von Witting, Tanja: Virtuelle Spielfiguren in Bildschirmspielen; [http://cms-dev.f01.fh-koeln.de/www/forschung/projekte\\_abgeschlossen/00534/index.html](http://cms-dev.f01.fh-koeln.de/www/forschung/projekte_abgeschlossen/00534/index.html)
14. Im Beitrag von Hauptmeier, Ariel und Cooper, Robbie: Ich ist ein Anderer (GEO, Heft 12/2007, S. 112 ff.) werden sehr anschaulich die Avatare verschiedener Spieler vorgestellt und mit der realen Erscheinung der Spieler kontrastiert. In diesem Beitrag wird deutlich, wie die Konstruktion eines Avatars helfen kann, eine „neue“ (virtuelle) Identität zu konstruieren.

15. Deuber-Mankowsky, Astrid: Gender und Computerspiele; in: Pias, Claus und Holtorf, Christian (2007): Escape! Computerspiele als Kulturtechnik, Böhlau Verlag, Köln, Weimar und Wien, S. 102.
16. JFF-Institut für Medienpädagogik: Voll verspielt und gut gebildet. Befragung Jugendlicher auf der Games Convention 2006; in: pro jugend, Heft 1/2007, S.11.
17. Zum Verständnis dieser Welten trägt bei der Beitrag von Karin Wenz: Mein Leben als Rollenspielerin. Erfahrungsbericht aus virtuellen Spielwelten; in Fritz, Jürgen (Hrsg.): Computerspiele(r) verstehen, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2008 (im Druck).
- 18 Harris, Judith Rich (2007): Jeder ist anders. Das Rätsel der Individualität, Deutsche Verlags Anstalt, München.
19. Hurrelmann, Klaus und Andresen, Sabine (2007): Kinder in Deutschland. 1. World Vision Kinderstudie, Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt, S. 194.
20. Vgl. ebd. S. 196. Ein weiterer wesentlicher Faktor, der dazu führt, dass Kinder zu „Medienkonsumenten“ werden, ist die soziale Herkunftsschicht. Mehr als ein Drittel der Kinder aus dieser Schicht ist der Gruppe der Medienkonsumenten zuzuordnen.
21. Leven Ingo und Schneekloth, Ulrich: Die Freizeit: Anregen lassen oder fernsehen; in ebd, S. 200.
22. Wie dies anhand einer Spielaktion aussehen kann berichten Pohlmann, Horst und Slegers, Jürgen in ihrem Beitrag „Time Trouble“ – eine Spielaktion; real und digital; in: Kaminski, Winfred und Witting, Tanja (2007), a.a.O., S. 97.