



FREIZEITBRIEF

B·A·T FREIZEIT-FORSCHUNGSINSTITUT

3. Jhrg.

Nr. 21/82 November 1982

Überraschende Ergebnisse einer Umfrage:

Videospiele fördern die familiäre Kommunikation

Nach einer im Oktober 1982 durchgeführten Umfrage des B·A·T Freizeit-Forschungsinstituts bei einer repräsentativen Stichprobe der Bevölkerung fördern die neuen Videospiele am heimischen Bildschirm mehr die Kommunikation im Kreis der Familie und mit Freunden als die soziale Isolierung. Auch tragen die Videospiele mehr zum Aggressionsabbau als zur Aggressionssteigerung bei.

Die aktuelle Umfrage des B·A·T Freizeit-Forschungsinstituts ermittelte Einstellungen der Bevölkerung zu Videospiele. Befragt wurden Besitzer und Nichtbesitzer von Videospielegeräten. Dabei sind die Erwartungen der Nichtbesitzer in vielen Fällen identisch mit dem tatsächlichen Verhalten der Videospieleler.

Am liebsten im Kreis der Familie

Die in der öffentlichen Meinung vorherrschende Auffassung, Videospiele würden sich nachteilig auf das Familienleben und das Gespräch in der Familie auswirken, hat sich nicht bestätigt. 96 Prozent der Videospiel-Besitzer spielen am liebsten im Kreis der Familie oder mit Freunden. Drei Viertel der Befragten sind der Ansicht, daß Videospiele sogar einen zusätzlichen Anreiz darstellen, gemeinsam mit der Familie zu spielen. Und knapp zwei Drittel (64 %) glauben, daß Videospiele das Miteinander-Reden in der Familie eher fördern als stören.

Es herrscht insgesamt die Auffassung vor, daß Videospiele kommunikative Medien sind, deren Nutzung eigentlich nur in der Gemeinsamkeit oder im Wettstreit mit anderen Spaß macht.

2...

Videospiele sind kein Kommunikationsersatz. Sie fordern im Gegenteil die Kommunikation heraus - das Zusammensein mit anderen, die gemeinsame Betätigung und das Miteinander-Reden im Familien- und Freundeskreis.

Auch die Nichtbesitzer von Videospielgeräten würden eine solche Spielaktivität vorwiegend im Familien- und Freundeskreis praktizieren. Je nach Schulbildung sind allerdings deutliche Unterschiede in der Geselligkeitsorientierung feststellbar. 61 Prozent der Befragten mit Volksschulbildung würden die Familie als Ort des Spielens bevorzugen, dagegen nur ein Drittel der Befragten mit höherer Schulbildung. Diese würden zu 68 Prozent den Freundeskreis wählen.

Videospiele zu Lasten der Fernsehzeit

Videospieler favorisieren überwiegend Aktions-Spiele und weniger Denk- und Strategie-, Lehr- oder Lernspiele. Zwei Drittel der Videospieler glauben, daß der Aktionscharakter der Videospiele Aggressionen abbauen hilft und nicht neue Aggressionen fördert. Ein Drittel der Videospieler spielt ein- bis zweimal in der Woche, ein weiteres Drittel nur ein- bis zweimal im Monat. Der Zeitaufwand hierfür geht nach Angaben der Befragten ausschließlich zu Lasten des Fernsehkonsums. Es werden weniger Fernsehprogramme gesehen, andere Freizeitbeschäftigungen und Hobbies aber unverändert beibehalten. Interessanterweise würden auch die Nichtbesitzer die Videospiele zeitlich in ähnlichem Umfang nutzen wie die Besitzer.

Der Bekanntheitsgrad von Videospielen ist im übrigen sehr hoch. Fast jeder hat schon davon gehört. Und knapp 20 % der Befragten, die noch kein solches Gerät haben, würden gerne eines besitzen.
