



Gewalt in den Medien - Gewalt in den Köpfen?

Vortrag auf Einladung der KHG Heidelberg, 14.5.2003



Prof. Dr. Joachim Funke

Psychologisches Institut

Universität Heidelberg

Email: joachim.funke@psychologie.uni-heidelberg.de

Überblick

Gewalt als Medienphänomen

Medienwirkungen

(kognitive Wirkungen)

affektive Wirkungen

Verhaltenswirkungen

Medienkompetenz



Gewalt als Medienphänomen

- Gewaltprofil im Fernsehen nach Groebel & Gleich (1993, S. 70):
 - » Im Verlauf einer Fernsehwoche 1991 zeigen die einschlägigen Fernsehsender nahezu 500 Mordszenen, das heißt im einzelnen und pro Tag:
 - bei PRO 7 rund 20 Mordszenen, oder fast stündlich eine
 - Tele 5 und RTL zeigen jeweils 13 Mordszenen am Tag
 - SAT1 präsentiert 9 Morde
 - das ZDF zeigt 7 Mordszenen täglich
 - die ARD zeigt 6 Morde
 - das Vormittagsprogramm von ARD und ZDF zeigt 2 Morde
- Medien:
 - » TV am wichtigsten (180 Minuten durchschnittlicher täglicher Konsum)
 - » Internet von steigender Bedeutung



Groebel, J., & Gleich, U. (1993). *Gewaltprofil des deutschen Fernsehprogramms. Eine Analyse des Angebots privater und öffentlich-rechtlicher Sender*. Opladen: Leske + Budrich.

Arten von Gewalt

- Körperverletzung
- sexuelle Gewalt
- Tötung



Verschiedene Arten von Gewalt, Bsp. Schule

- Gewalt gegen Gegenstände
 - Tische und Wände beschmieren, Waschbecken und Spiegel beschädigen, Stühle zerlegen, Medien wie TV oder Kassettenrecorder beschädigen etc.
- Körperliche Gewalt
 - den Weg versperren, in die Toilette einsperren, in den Mülleimer stecken, in den Schwitzkasten nehmen, an den Haaren ziehen, Plastiktüte über den Kopf ziehen, Jacke verschmieren, stolpern lassen, stoßen, schlagen, prügeln, mit Messer verletzen, foltern, verstümmeln, vergewaltigen, töten
- Gewalt durch Sprache
 - Körperlicher Gewalt geht häufig Gewalt durch Sprache voraus. Reichen die Worte zur Erniedrigung eines Menschen nicht aus, wird als nächster Schritt oft körperliche Gewalt angewendet. Die am meisten verübte Form von Gewalt sowohl unter Kindern und Jugendlichen als auch unter Erwachsenen ist die verbale Gewalt. Verbale Gewalt wird übrigens auch häufig von Lehrkräften ausgeübt.
 - Verschiedene Formen: hänseln, verspotten, auslachen, lästern, einschüchtern, beschimpfen, drohen, tyrannisieren, nötigen, demütigen, zwingen, erpressen, auch: Gerüchte verbreiten, anonyme Telefonanrufe, diskriminierende Witze erzählen (z.B. Behindertenwitze, AusländerInnenwitze, frauenfeindliche Witze, Blondinenwitze), Droh- und Schmähbriefe, Eltern oder Geschwister schlecht machen etc.
- nonverbale Gewalt
 - ausgrenzen (mobbing) durch: übergehen, überhören, schweigen, drohende Blicke, drohende Körperhaltung (Drohgebärden)

Medienwirkungen

- (Kognitive Wirkungen)
- Affektive Wirkungen
 - » Stimmungsmanagement
 - » Kultivierung von Emotionen
- Verhaltensbezogene Wirkungen
 - » Gewalt



Anti-Kriegs-Aktion eines 16jährigen Schülers
in San Francisco

Affektive Wirkungen

- Bourdieu (1994):
 - » Medien als Gefühlsregulatoren
- insbesondere TV:
 - » ein Medium, das auf die Emotionen von Zuschauern setzt (SAT.1-Werbung: „powered by emotion“)
- Bente und Fromm (1997): „Affektfernsehen“
 - » Personalisierung
 - » Authentizität
 - » Intimisierung
 - » Emotionalisierung
 - » Bsp.: Affekt-Talks, Beziehungsshow, Suchsendungen, Spielshows, Konfrontations-Talks, Infotainment-Sendungen, Reality TV



Marcel Proust über Zeitungslesen

„... jenen greulichen und doch wollüstigen Akt, dank dessen alles Unglück und alle Kataklysmen dieser Welt im Verlauf der letzten 24 Stunden, die Schlachten, die 50.000 Männer das Leben kosteten, die Verbrechen, Arbeitsniederlegungen, Bankrotte, Feuersbrünste, Vergiftungen, Selbstmorde, Ehescheidungen, die grausamen Gemütsaufwallungen des Staatsmannes wie des Schauspielers, uns, die wir nicht involviert sind, zur morgendlichen Speise verwandeln, sich auf höchst erregende und stärkende Weise mit dem anempfohlenen Einnehmen einiger Schlucke Milchkafees verbinden.“

Aktivierung durch Medien

» Radio:

- de Boer (1938) fand bei jungen Radiohörern U-förmige Spannungskurve (trivial!): Starke Aufmerksamkeit am Beginn der Sendung, Nachlassen im Mittelteil, Anstieg zum Ende hin

» Film, nach Grabowski-Gellert (1989):

- Erleben von Spannung führt zu positiver Bewertung; wird besonders dann erlebt, wenn Protagonisten einer fast übermächtigen Bedrohung ausgesetzt sind, die sie dann aber bewältigen

» TV, nach Zillmann & Bryant (1994):

- geringe Aktivierung bei Naturfilmen
- mittlere Aktivierung bei Aktionfilmen, Komödien, Game-Shows
- hohe Aktivierung bei gewalttätigen und furchterregenden Filmen
- Maximum bei nicht-fiktionalem Material (Sport, Nachrichten) und Erotik



Grabowski-Gellert, J. (1989). Seit die Bilder laufen lernten. Eine Literaturübersicht zum Thema Film und Psychologie. *Medienpsychologie*, 1, 95-119.

Zillmann, D., & Bryant, J. (1994). Entertainment as media effect. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media Effects. Advances in theory and research* (pp. 437-462). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Stress, Furcht und Angst

» Überblick von Dorr et al. (1984):

- Vorschulkinder erleben Angst beim Ansehen von Puppenmonstern, bei Aggressivität und Gewalttätigkeit, beim Bedrohen und Leiden von Tieren, beim Ansehen langer scharfer Waffen
- jüngere Schulkinder zusätzlich bei TV-Szenen vom Tod von Menschen und bei Beerdigungen
- bei Jugendlichen Angst bei Sendungen über Probleme der Slumbildung, sexuellen Missbrauch, Hunger in der Dritten Welt, Diskriminierung von Minderheiten

» Johnson (1980):

- 40% der befragten Erwachsenen geben an, nach einem Film schon mal Nervosität, depressive Verstimmung, Furcht oder bedrückende innere Bilder erlebt zu haben

» warum also tun wir uns das ständig an?



Dorr, A., Doubleday, C., & Kovaric, P. (1984). Im Fernsehen dargestellte und vom Fernsehen stimulierte Emotionen. In M. Mayer (Ed.), *Wie verstehen Kinder Fernsehprogramme?* (pp. 93-137).

Konzept der Angstlust

- Psychoanalytiker Michael Balint (1959):
 - » Angstlust entsteht durch das Bewusstsein einer realen äußeren Gefahr, der sich ein Individuum willentlich aussetzt in der Hoffnung, die Gefahr (und die damit verbundene Furcht) bewältigen zu können und danach wieder sichere Geborgenheit zu erfahren
 - » kurz: Angstlust entsteht beim Aufgeben und Wiedererlangen von Sicherheit
- empirische Befunde:
 - » 80% amerikanischer Erwachsener sehen gerne angsterregende Sendungen (Cantor, 1994)
 - » Zeitungsleser fühlen sich umso sicherer, je mehr Verbrechen berichtet werden (Heath, 1984)
 - » Notwendigkeit eines „happy ends“



Theorie des „mood management“

(Zillmann, 1988)

- Zillmann (1988):
 - bei der Rezeption von TV-Sendungen machen Zuschauer die Erfahrung, dass ihr gewünschtes Niveau an allgemeiner Stimulation wie an spezifischen Stimmungen zumindest zeitweise durch bestimmte Sendungen erreicht wird
 - zukünftige Auswahl nach der gewünschten Stimmung als aktives „mood management“
- Experiment von Masters et al. (1983):
 - 4-5jährige Mädchen & Jungen werden frustriert, gelobt oder neutral behandelt
 - anschließend Angebot, eine aufbauende oder eine neutrale Kindersendung zu sehen
 - frustrierte Jungen sehen anschließend aufbauende Sendung doppelt so lange wie positiv behandelte, Mädchen ignorieren dagegen negative Behandlung und setzen sich mit der realen frustrierenden Situation auseinander
- *excitation transfer effect*:
 - Nachwirken bzw. Aufsummieren von Aktivierung nach affektiver Stimulation
- Gewöhnungseffekt:
 - arousal-Effekte durch pornographisches bzw. gewalthaltiges Material nehmen bei mehrfachem Betrachten ab

Kultivierung von Gefühlen

- » Gerbner (1969), Gerbner et al. (1994):
 - TV ist zur zentralen Sozialisationsinstanz geworden
 - nicht nur „shared images“, sondern auch „shared emotions“
- » Hochschild (1990): Konzept der „feeling rules“
 - Regeln der Richtung
 - welcher Ausdruck gehört zu welcher Situation? z.B. in Geschenksituation: Freude
 - Regeln der Dauer
 - wie lange sollte der Ausdruck dauern? z.B. nur während der Übergabe
 - Regeln der Intensität
 - wie stark sollte das Gefühl sein? z.B. abhängig vom Wert des Geschenks
- » medienvermittelte „Feeling & Display Rules“



Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1994). Growing up with television: The cultivation perspective. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media Effects. Advances in theory and research* (pp. 17-42). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Verhaltensbezogene Wirkungen

- Fragen:
 - » führen Gewaltdarstellungen in den Medien zu realer Gewalt?
 - » kann man prosoziales Verhalten am Fernseher lernen?
 - » wird das Wahlverhalten (in Politik wie Ökonomie) von den Medien bestimmt?

Massenmedien und aggressives Verhalten

- » das qualitativ und quantitativ am umfangreichsten untersuchte Thema der empirischen Medienforschung
- » mittlerweile ca. 5.000 Studien mit weit über 100.000 Befragten
- » vorsichtig geschätzt, sieht ein amerikanisches Kind pro Tag 20 Gewaltdarstellungen, pro Jahr rund 7.000, bis zum 12. Lebensjahr rund 80.000!
- » Sieht das Kind nur Kindersendungen, kommt es auf die dreifache Anzahl, 240.000 Gewaltdarstellungen! (Trickfilm-Effekt)
- » was sind die Auswirkungen?
 - fördernd: Erregungsthese, Stimulationsthese, soziale Lerntheorie
 - neutral: These der Wirkungslosigkeit, Habitualisierungsthese
 - hemmend: Katharsishypothese, Inhibitionsypothese



Gunter, B. (1994). The question of media violence. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media Effects. Advances in theory and research* (pp. 163-212). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Hemmung aggressiven Verhaltens

- » Katharsishypothese, Feshbach (1961)
 - Ansehen und phantasiertes Mitvollziehen macht tatsächliches Ausagieren überflüssig
 - gilt mittlerweile als widerlegt
- » Inhibitionshypothese, Kniveton (1978)
 - Gewaltdarstellungen sollen zur Angst vor der eigenen Aggressivität führen und sie daher hemmen
 - keine Daten, daher unbestimmt



Feshbach, S. (1961). The stimulating vs. cathartic effects of a vicarious aggressive activity. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63, 381-385.

Kniveton, B. H. (1978). Angst statt Aggression - eine Wirkung brutaler Filme? *Fernsehen und Bildung*, 12, 41-47.

Kein Einfluss auf aggressives Verhalten

- » These der Wirkungslosigkeit, McGuire (1986)
 - experimentelle Nachweise zum Zusammenhang zwischen TV-Nutzung und Aggressivität verschwindend gering
- » Habitualisierungsthese
 - häufiges Sehen führt zur Abstumpfung gegenüber Gewalt sowohl im TV wie im richtigen Leben
 - von Malamuth & Billings (1986) am Bsp. von Gewalt in pornographischen Filmen untersucht



Malamuth, N. M., & Billings, V. (1986). The functions and effects of pornography: Sexual communications versus the feminist models in light of research findings. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Perspectives on media effects* (pp. 83-108). Hillsdale N.J.: Erlbaum.

McGuire, W. J. (1986). The myths of massive media impact: Savings and salvagings. In G. Comstock (Ed.), *Public communication and behavior* (pp. 175-259). Orlando: Academic Press.

Förderung aggressiven Verhaltens

» Erregungsthese

- Betrachten von Gewalt führt zu höherer Erregung, die ihrerseits zu Aggressionen führen kann (Tannenbaum & Zillmann, 1975)

» Stimulationsthese

- basiert auf Berkowitz' (1962, 1989) Frustrations-Aggressions-Hypothese, wonach Ansehen von Gewalt bei zuvor frustrierten Vpn kurzfristig deren Gewaltbereitschaft erhöht

» soziale Lerntheorie nach Bandura (1994)

- aggressives Verhalten von Modellpersonen wird als Verhaltensentwurf vom Zuschauer übernommen und bei passender Gelegenheit auch gezeigt
- ist der gegenwärtig von der Forschung favorisierte Ansatz (Felson, 1996)



Bandura, A. (1994). Social cognitive theory of mass communication. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media Effects. Advances in theory and research* (pp. 61-90). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Berkowitz, L. (1989). Frustration-Aggression hypothesis: Examination and reformulation. *Psychological Bulletin*, 106, 59-73.

Felson, R. B. (1996). Mass media effects on violent behavior. *Annual Review of Sociology*(22), 103-128.

Tannenbaum, P. H., & Zillmann, D. (1975). Emotional arousal in the facilitation of aggression through communication. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental psychology* 8 (pp. 149-192). New York: Academic Press.

aggressives Verhalten: empirische Befunde

» Forschungsstand nach Felson (1996):

- sporadisches Sehen aggressiver Medieninhalte scheint so gut wie keinen Effekt auf Verhalten zu haben
- wohl aber bei kontinuierlichem, häufigen Konsum und im Zusammenhang mit Umweltfaktoren wie Konflikten mit Eltern oder einer Lebenswelt mit hoher Kriminalität, bei aggressiver Grundeinstellung
- Zusammenhänge liegen bei 3-16% Varianzaufklärung, in Laborstudien am höchsten (16%), bei Fragebogenstudien am geringsten (3%)

» Zusammenfassend:

- keine *positiven* Wirkungen von Gewaltdarstellungen (im Sinne von Abbau)
- bestenfalls *ohne* Wirkung, vermutlich aber negativ (wenngleich mit schwachen Effekten)



„Fernseh-Sucht“

- » „Abhängigkeit“ definiert als
 - einen großen Teil seiner Zeit mit dem Konsum des Suchtmittels verbringen
 - häufigerer Konsum als eigentlich gewollt
 - Gedanken an Konsumreduktion und Versuche dazu
 - Aufgabe wichtiger sozialer, familiärer oder beruflicher Tätigkeiten für den Konsum
 - Entzugserscheinungen bei Einstellung des Konsums
- » große Zeitanteile für Fernsehen
 - in Industrieländern:
 - im Mittel 3 Stunden täglich
 - ist die Hälfte der Freizeit
 - schlechtes Gewissen:
 - 40% der Erwachsenen und 70% der Jugendlichen sagen: „Ich sehe zuviel fern“



Was tun gegen Fernseh-Sucht?

- » Bewusster fernsehen: z.B. Tagebuch führen
- » andere Tätigkeiten verstärken: Liste mit Alternativen an Kühlschrank heften und vor Einschalten des Fernsehers betrachten
- » Willenskraft trainieren: bei schlechten Filmen ausschalten
- » Grenzen setzen: z.B. Küchenwecker stellen
- » Kanäle blockieren: nach vorprogrammierter Zeit Kanal sperren
- » selektiv fernsehen: anstatt zu zappen, vorher Sendungen aussuchen
- » Videorekorder verwenden: anstatt sofort fernzusehen, für später aufzeichnen
- » Entwöhnungskur: nur noch 1 Fernseher anstatt mehrerer; Kündigung von Kabel-Abos; Abschaffen des Fernsehers
- » Medienerziehung fördern: Analysieren des Gesehenen/Gehörten, bewusstere Nutzung

Medienkompetenz

- » in der 2. Hälfte des 20. Jahrhunderts Entwicklung zur Mediengesellschaft
- » Begriff „Medienkompetenz“ als Reflex darauf, vor allem durch Medienpädagogik entwickelt; Vorläufer: „Lesekompetenz“
 - erstmals (implizit) verwendet von Baacke (1973)
 - heute fest im politischen Diskurs verankert
- » nach Theunert (1999):
 - Medien verstehen: z.B. Zeitungstexte
 - Medien beherrschen: z.B. Kassettenrekorder bedienen
 - Medien verwenden: z.B. Einsatz des Internet zur Suche nach Inhalten
 - Medien gestalten: z.B. Erstellung einer Web-Seite
 - Medien bewerten: z.B. Beurteilung von „Reality TV“



Groeben, N., & Hurrelmann, B. (Eds.). (2002). *Lesekompetenz. Bedingungen, Dimensionen, Funktionen*. Weinheim: Juventa.

Groeben, N., & Hurrelmann, B. (Eds.). (2002). *Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen*. Weinheim: Juventa.

Medienkompetenz nach Groeben (2002)

- Sieben Dimensionen:
 - » Medienwissen/Medialitätsbewußtsein
 - » Medienspezifische Rezeptionsmuster
 - » Medienbezogene Genußfähigkeit
 - » Medienbezogene Kritikfähigkeit
 - » Selektion/Kombination von Mediennutzung
 - » (Produktive) Partizipationsmuster
 - » Anschlußkommunikationen



Groeben, N. (2002). Dimensionen der Medienkompetenz: Deskriptive und normative Aspekte. In N. Groeben & B. Hurrelmann (Eds.), *Medienkompetenz. Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen* (pp. 160-200). Weinheim: Juventa.

1 Medienwissen/Medialitätsbewußtsein

- » steht am Anfang, da Voraussetzung für medienspezifische Verarbeitung
- » Medialitätsbewußtsein setzt Unterscheidung auf 3 Ebenen voraus:
 - Medialität versus Realität (z.B. in virtuellen Welten)
 - Realität versus Fiktionalität (im Medium selbst möglichst adäquate Realitätsdarstellung oder fiktionale Welt, aber auch Mischungen beider wie z.B. Reality TV)
 - Parasozialität versus Orthosozialität (Liebesbeziehung zum Nachrichtensprecher versus Erkennen des schauspielerischen Ausdrucks)
- » Unter-Kategorien des Medienwissens:
 - Wissen über wirtschaftliche, rechtliche und politische Rahmenbedingungen einzelner Medien
 - Wissen über spezifische Arbeits- und Operationsweisen bestimmter Medien
 - inhaltliche Bewertung der Intention von Medieninhalten (z.B. politische oder ökonomische Persuasion in Reportsendungen oder Werbung)
 - Wissen über Medienwirkungen

2 Medienspezifische Rezeptionsmuster

- » von technisch-instrumentellen Fertigkeiten bis hin zu komplexen (kognitiven) Verarbeitungsschemata
- » Segmentierung, Sequenzierung, Inferenzen
- » Hypertexte: nicht-lineares Lesen
- » Aufbau medienangemessener Erwartungen
 - aufmerksame Beobachtung von Details an kritischen Krimi-Stellen
 - Bereithalten von Papier und Bleistift bei Ratgeber-Sendungen
 - Trefferqualität und -menge bei globalen Internet-Suchen

3 Medienbezogene Genußfähigkeit

- » bislang nur unzureichend begründet und konzeptuell aufgearbeitet
- » Adorno: Genuß entsteht durch möglichst differenzierte und tiefe Sachkenntnis sowie Analyse
- » erst Konstanzer Rezeptionsästhetik hat auf Genußmöglichkeiten der Identifikation mit einem (literarischen) Protagonisten verwiesen (Jauss, 1972)
- » beim Medium Computer haben von Anfang an Spiele und elektronische Kommunikation Genuß markiert
- » Gegenpol: immer wieder heraufbeschworene Sucht-Gefahr neuer Medien

4 Medienbezogene Kritikfähigkeit

- » bedeutet Aufrechterhaltung einer eigenständigen, möglichst rational begründeten Position angesichts überwältigender medialer Angebote
- » traditionell das Zentrum (bisweilen sogar ausschließlicher Kern) des Konzepts Medienkompetenz
 - z.B. Beurteilung von Informationen aus dem Internet
- » analog zum Konzept des „kritischen Lesens“ Unterscheidung inhaltlicher und formaler Aspekte
 - inhaltlich: Erkennen von Positionen und anschließende Bewertung
 - formal: Präsentations- und Darstellungsweise

5 Selektion/Kombination von Mediennutzung

- » Medien als entscheidende Sozialisationsinstanzen und Instanzen der Wirklichkeitskonstruktion
- » Selektionskompetenz: zwischen Medien (z.B. Fernsehen, Radio, Zeitung) als auch innerhalb der Medien (welches Angebot)
- » Kombination: adäquate Kombination in der Mediennutzung
 - „problematisch sind nur eindimensionale Nutzungsgewohnheiten“ (Groebel, 1998, S. 49)
- » polymorphe Medienstruktur verlangt Herstellung individueller Varianten von Medienverbänden
- » kulturpessimistische Verdrängungshypothese (Fernsehen/Computer verdrängen Print-Medien) hat sich nicht erfüllt
 - kleiner Gruppe von „Vielsehern“ stehen „Intensivnutzer verschiedenster Medien“ gegenüber

6 (Produktive) Partizipationsmuster

- » adäquate Mediennutzung bedeutet immer auch aktive Partizipation (und damit Identitätsbildung des gesellschaftlich handlungsfähigen Subjekts)
- » wachsende Bedeutung selbst hergestellter oder bearbeiteter Medienprodukte in Freizeit und Beruf
 - anstelle Dia-Abend heute Powerpoint-Präsentation der Urlaubsbilder
 - Erstellung von Internet-Angeboten (Homepages und mehr)
- » Partizipation erlaubt spielerischen Aufbau neuer Identitäten
- » jede (mediale) Rezeption stellt *aktive* Konstruktion von Bedeutung dar

7 Anschlusskommunikationen

- » Kommunikationsmuster, die *außerhalb* der medienspezifischen Rezeptions- und Partizipationsmuster ablaufen
 - z.B. Anschauen und Lesen von Bilderbüchern gemeinsam mit Eltern; Kommunikation über „Big Brother“ auf dem Schulhof; Chat-Gruppen zu einzelnen Fernseh-Sendungen
- » helfen beim Erwerb medienspezifischer Kritik- und Genussfähigkeit
- » Entwicklung des Individuums zum gesellschaftlich handlungsfähigen Subjekt durch partielle Übereinstimmung mit oder Abweichung von medial angebotenen Identitätsmustern

Abschluß

- Gewalt in den Medien?
 - » Ja!
- Gewalt in den Köpfen?
 - » Ja, wenn die Medien nicht kritisch reflektiert werden
- Was ist zu tun?
 - » kontrollierter Konsum
 - » Alternativen zum Medienkonsum aufzeigen
 - » Medienkompetenz entwickeln
 - » Moralvorstellungen und ethische Werte entwickeln
 - » Anschlusskommunikation fördern

Literatur

- Groebel, J., & Gleich, U. (1993). *Gewaltprofil des deutschen Fernsehprogramms. Eine Analyse des Angebots privater und öffentlich-rechtlicher Sender*. Opladen: Leske + Budrich.
- Gunter, B. (1994). The question of media violence. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media Effects. Advances in theory and research* (pp. 163-212). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kunczik, M. (1998). *Gewalt und Medien* (4. Auflage ed.). Köln: Böhlau.
- Mikos, L. (1995). Zur Faszination von Action- und Horrorfilmen. In M. Friedrichsen & G. Vowe (Eds.), *Gewaltdarstellungen in den Medien* (pp. 166-193). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Whitney, C., & Wartella, E. (2001). Violence and media. In N. J. Smelser & P. B. Baltes (Eds.), *International encyclopedia of the social & behavioral sciences* (pp. 16187-16192): Elsevier.
- Winterhoff-Spurk, P. (2001). *Fernsehen. Fakten zur Medienwirkung*. 2., völlig überarbeitete und ergänzte Auflage. Bern: Hans Huber.