ThinkGameful!



POSITIONSPAPIER · GAMING · POLITIK · PROPAGANDA

Videospiele als *Propagandainstrument*: wenn Staaten mitspielen.

Wie China, Russland, Saudi-Arabien und andere Akteure Spiele für politische Ziele nutzen – von Feindbildern im Spielmechanismus bis zur stillen Macht über Publisher und Plattformen. Eine kritische Einordnung mit Fallbeispielen und Forschungsstand.

THINKGAMEFUL! · THINK TANK FÜR GAMING, GAMIFICATION UND GESELLSCHAFT

STAND: 3. NOVEMBER 2026

LEVEL 00 · KURZFASSUNG

Auf einen Blick

Videospiele sind das reichweitenstärkste Kulturmedium der Gegenwart – und Staaten haben gelernt, es politisch zu nutzen. ThinkGameful! unterscheidet dabei klar zwischen Spielen, die politische Themen verhandeln, und Spielen, die von Staaten gezielt zur Indoktrination, Feindbildpflege oder Imagepolitur eingesetzt werden. Letzteres lehnen wir ab.

Die Beispiele reichen von staatlich mitfinanzierten chinesischen Online-Spielen gegen „die Japaner" über eine PUBG-Version, die laut Tencent „unter Anleitung des Rekrutierungszentrums der Luftwaffe" entstand, bis zu einem russischen Staatsspiel für rund eine halbe Milliarde Rubel. Hinzu kommt eine subtilere Form: Wer Plattformen, Publisher und Märkte kontrolliert, muss gar keine Propagandaspiele bauen – es genügt, dass Studios aus Rücksicht auf Marktzugang oder Eigentümer bestimmte Inhalte gar nicht erst entwickeln. Tencent und Savvy Games Group stehen exemplarisch für diese Macht.

Die Forschung zeigt: Spiele überzeugen über ihre Regeln, nicht nur über ihre Geschichten, und sie können Einstellungen messbar verändern. Sie zeigt aber auch, dass Spielerinnen und Spieler staatliche Botschaften oft unterlaufen und plumpe Propagandatitel am Markt scheitern. Die größere Gefahr liegt deshalb nicht im einzelnen Propagandaspiel, sondern in der stillen Verengung dessen, was überhaupt noch gespielt werden kann.

UNSERE KERNFORDERUNGEN

1. Transparenz über staatliche Eigentümer und Finanzierung bei Spielen, Publishern und Plattformen – sichtbar für Spielende.
2. Schutz kreativer Unabhängigkeit: verbindliche Redaktionsstatute bei Studios in Staatsbesitz und Offenlegung regionaler Inhaltsänderungen.
3. Medienkompetenz für Spiele: Games-Bildung, die prozedurale Rhetorik erklärt, gehört in Schulen und politische Bildung.

LEVEL 01 · WIRKUNGSFORSCHUNG

Warum Spiele als Propaganda taugen

Spiele vermitteln Botschaften nicht nur über Bilder und Dialoge, sondern über ihre Regeln: wer was tun darf, wer Gegner ist und was belohnt wird. Diese Eigenschaft macht sie zu einem besonderen Instrument politischer Einflussnahme.

Prozedurale Rhetorik. Ian Bogost hat den Begriff geprägt: Spiele argumentieren durch Prozesse und Regeln, die Spielende selbst ausführen (Bogost, *Persuasive Games*, MIT Press 2007). Eine Propagandabotschaft muss in einem Spiel also nicht ausgesprochen werden. Es reicht, dass man die Seite des Feindes gar nicht wählen kann.

Messbare Wirkung. Experimente zeigen, dass Spiele Einstellungen stärker verändern können als Texte mit gleichem Inhalt. Wer das Spiel *Darfur is Dying* spielte, zeigte mehr Perspektivübernahme und größere Hilfsbereitschaft als Personen, die einen Text lasen oder anderen beim Spielen zusahen (Peng, Lee & Heeter 2010, *Journal of Communication* 60(4)). Was für pro-soziale Ziele funktioniert, funktioniert grundsätzlich auch für Feindbilder.

Grenzen der Wirkung. Die Forschung warnt zugleich vor Alarmismus. Spielende sind keine passiven Empfänger: In chinesischen Kriegsspielen bekämpften sich Spielergruppen oft lieber gegenseitig als die vorgesehenen japanischen Gegner (Nie 2013). Und ein Gutachten für das EU-Netzwerk RAN findet keine Belege dafür, dass Gaming an sich radikalisiert; Spielende sollten nicht als Risikogruppe behandelt werden (Schlegel 2021, RAN).

Drei Formen des Missbrauchs

Je unsichtbarer die Einflussnahme, desto größer ihre Reichweite



ABB. 1 · DREI FORMEN DER POLITISCHEN INSTRUMENTALISIERUNG VON SPIELEN · EINORDNUNG: THINKGAMEFUL!

Die dritte Form ist am schwersten nachzuweisen – und nach unserer Einschätzung die folgenreichste.

LEVEL 02 · FALLBEISPIEL CHINA

Vom Kontrollieren zum Nutzen

China ist das am besten erforschte Beispiel für die systematische Indienstnahme von Spielen. Die Oxford-Historikerin Annie Hongping Nie beschreibt einen Strategiewechsel: Nachdem importierte Spiele 2003 rund 68 % des chinesischen Marktes ausmachten und die Partei „ausländische Ideen" fürchtete, ging der Staat dazu über, Spiele nicht mehr nur zu kontrollieren, sondern selbst zu nutzen. Er habe Spieletechnologie „offen in seinen wachsenden Propagandabereich integriert" (Nie 2013, *Journal of Contemporary China* 22(81); Universität Oxford).

Das antijapanische Feindbild als Spielmechanik

- **Anti-Japan War Online (Kangri Online).** Das Online-Rollenspiel spielt während der japanischen Besatzung 1937–1945 und wurde von PowerNet gemeinsam mit dem Kommunistischen Jugendverband entwickelt, der zweitgrößter Anteilseigner war. Spielende können sich nicht auf die japanische Seite stellen. Der Jugendverband begründete das Projekt mit fehlenden Spielen, die einen „nationalen Geist" aufbauen; er förderte 2005 zugleich weitere „patriotische" Titel wie *Guohun Online* (Game Developer, 25.08.2005).
- **Glorious Mission.** Ein von der Volksbefreiungsarmee unterstützter Shooter, in dem das US-Militär als Gegner auftritt; eine Online-Version simulierte nach Medienberichten die Rückeroberung der zwischen China und Japan umstrittenen Diaoyu-/Senkaku-Inseln (TIME; The Register, 2013).

Wichtig für die Bewertung: Nie zeigt, dass antijapanische Spiele in den 1990er-Jahren zunächst als Reaktion von unten entstanden. Der Staat griff einen vorhandenen Nationalismus auf und verstärkte ihn. Das macht die Mechanik nicht harmloser, sondern effektiver: Propaganda wirkt am besten dort, wo sie an bestehende Gefühle anknüpft. Neuere Forschung beschreibt, wie chinesische Spielende nationalistische Spielweisen auch in westliche Titel tragen, etwa als „Rote-Hemden-Armee" in *H1Z1* (British Journal of Chinese Studies).

Regulierung als Inhaltssteuerung

Subtiler als einzelne Propagandaspiele ist das Lizenzsystem. Jedes Spiel braucht in China eine staatliche Zulassung. Seit 2019 prüft ein Ethik-Komitee, ob Spiele „korrekte Informationen zu Geschichte, Politik und Recht" enthalten und „korrekte Werte" vermitteln; gefördert werden Titel mit „sozialistischen Kernwerten" und „traditioneller Kultur" (PC Gamer, April 2019).

Das bekannteste Ergebnis ist **Game for Peace**. Weil *PUBG Mobile* nie eine Lizenz erhielt, ersetzte Tencent das Spiel im Mai 2019 durch eine Version ohne Blut und Tod, die als Anti-Terror-Übung inszeniert ist. Nach Tencents eigenen Angaben entstand sie „unter Anleitung des Rekrutierungszentrums der Luftwaffe" und „widmet sich den Kriegern des blauen Himmels", also der Luftwaffe der Volksbefreiungsarmee (Sixth Tone, 09.05.2019). Ein Weltmarkt-Hit wurde so zum Werbeträger der Streitkräfte.

Exportierte Tabus

- **Devotion (2019).** Das Horrorspiel des taiwanischen Studios Red Candle Games verschwand nach einem versteckten Witz über Xi Jinping als Winnie Puuh aus dem chinesischen Steam-Store; Vertriebs- und Investorpartnerschaften in China wurden gekündigt (Hong Kong Free Press).
- **Black Myth: Wukong (2024).** Der Co-Publisher bat Streamer laut Berichten, auf „feministische Propaganda", Kritik an Chinas Politik und Spielebranche sowie Wörter wie „COVID-19" und

„Quarantäne“ zu verzichten (heise online). Damit reicht die Inhaltskontrolle bis in die Berichterstattung über ein Spiel.

LEVEL 03 · FALLBEISPIEL TENCENT

Macht ohne Propagandaspiel

Tencent ist kein Staatsunternehmen, aber als chinesischer Konzern an die Gesetze und Erwartungen der Kommunistischen Partei gebunden. Seine Macht liegt nicht in eigenen Propagandatiteln, sondern in Beteiligungen und Marktzugang.

- **Beteiligungen.** Tencent hat nach eigenen Angaben in mehr als 800 Unternehmen investiert. Dazu gehören Riot Games (*League of Legends*), rund 29 % an Epic Games (*Fortnite*) sowie Anteile an Ubisoft und zeitweise an Activision Blizzard (Video Games Chronicle, Januar 2025).
- **Einstufung durch die USA.** Im Januar 2025 setzte das US-Verteidigungsministerium Tencent auf seine Liste von Unternehmen mit Verbindungen zum chinesischen Militär. Tencent bestreitet das, nennt die Einstufung einen „Fehler“ und will sie korrigieren lassen (ebd.). Die Liste hat keine direkten Sanktionen zur Folge, zeigt aber das sicherheitspolitische Misstrauen.
- **Gatekeeper zum größten Markt.** Wer in China veröffentlichen will, braucht in der Regel einen chinesischen Partner. Tencent ist der wichtigste. Das erzeugt einen Anreiz, Inhalte schon in der Entwicklung so zu gestalten, dass sie in China zulassungsfähig sind.

Der Fall Blitzchung

Wie dieser Anreiz wirkt, zeigte der Oktober 2019. Der Hongkonger *Hearthstone*-Profi Ng Wai Chung („Blitzchung“) rief in einem Turnierinterview „Befreit Hongkong, Revolution unserer Zeit“. Activision Blizzard – an dem Tencent damals beteiligt war – sperrte ihn für ein Jahr und entzog ihm 10.000 US-Dollar Preisgeld. Nach Boykottaufrufen und Protesten von Mitarbeitenden reduzierte Blizzard die Strafe; Präsident J. Allen Brack entschuldigte sich: „Wir haben zu schnell gehandelt“ (CBS News).

Ein direkter Eingriff Tencents ist in diesem Fall nicht belegt. Gerade das macht ihn exemplarisch: Strukturelle Macht wirkt, ohne dass jemand eine Anweisung geben muss.

> BEWERTUNG
>
> Tencent ist zugleich ein normales Börsenunternehmen und ein Akteur in einem System ohne unabhängige Justiz und Pressefreiheit. ThinkGameful! fordert keine Pauschalverdächtigung chinesischer Investoren. Wir fordern aber, dass Studios offenlegen, welche Inhalte sie für einzelne Märkte ändern, und dass Turnierveranstalter die Meinungsfreiheit ihrer Spielerinnen und Spieler vertraglich schützen.

LEVEL 04 · FALLBEISPIEL SAVVY UND SAUDI-ARABIEN

Eigentum statt Botschaft

Saudi-Arabien verfolgt eine andere Strategie als China. Es produziert keine Propagandaspiele, sondern kauft Infrastruktur und Ansehen. Die Savvy Games Group, eine 100-prozentige Tochter des Staatsfonds PIF unter Vorsitz von Kronprinz Mohammed bin Salman, besitzt Scopely (*Monopoly Go*, *Pokémon Go*) und

ESL FACEIT. Der PIF selbst hält seit August 2026 rund 93 % an Electronic Arts (Naavik; Advanced Television). Ausführlich analysiert haben wir das in unserem Strategiepapier „E-Sport in Saudi-Arabien“.

Was der Staat im eigenen Land verlangt

Die Medienbehörde GCAM entscheidet, welche Spiele in Saudi-Arabien erscheinen. *Final Fantasy XVI* wurde 2023 nicht zugelassen, weil Square Enix sich nach acht Monaten weigerte, als „inakzeptabel“ bewertete Inhalte zu ändern (Video Games Chronicle, 04.05.2023). Medien vermuteten queere Inhalte als Grund; die Behörde selbst nannte keine Details.

Die offene Frage der kreativen Unabhängigkeit

Damit entsteht ein Konflikt, der bisher nicht aufgelöst ist: Derselbe Staat, der in seinem Land Inhalte verbietet, besitzt nun einen der größten westlichen Publisher. *Die Sims* ist seit Jahren für frei wählbare Geschlechtsidentitäten und gleichgeschlechtliche Beziehungen bekannt. Nach dem Kauf äußerten Fans und Creator die Sorge, solche Inhalte könnten zurückgefahren werden; EA-Chef Andrew Wilson erklärte lediglich, die Werte des Unternehmens blieben „unverändert“ (PinkNews).

Stand heute ist kein direkter inhaltlicher Eingriff des PIF in EA-Spiele belegt. Das muss ein seriöses Papier klar sagen. Das Risiko liegt in der Struktur: Es gibt kein öffentliches Redaktionsstatut, das die kreative Unabhängigkeit der Studios garantiert, und keine Pflicht, regionale Inhaltsänderungen offenzulegen. Selbstzensur würde – wie im Fall Tencent – nicht als Anweisung sichtbar, sondern als Spiel, das nie entwickelt wird.

Unterschied zu China

	CHINA	SAUDI-ARABIEN
Hauptstrategie	Eigene Inhalte, Lizenzsystem, nationale Narrative	Eigentum, Events, Imagegewinn (Sportswashing)
Zielgruppe	Vor allem die eigene Bevölkerung	Vor allem das internationale Publikum
Sichtbarkeit	Offen erklärte „patriotische“ Ziele	Wirtschafts- und Diversifizierungsrhetorik
Hauptrisiko für Europa	Exportierte Tabus über Marktzugang	Selbstzensur in Studios in Staatsbesitz

LEVEL 05 · WEITERE AKTEURE

Russland, Hisbollah, Extremisten – und Demokratien

Russland. Das staatliche Institut für Internetentwicklung (IRI) finanziert „patriotische" Inhalte. Das Prestigeprojekt *Smuta*, ein Rollenspiel über die „Zeit der Wirren" im 17. Jahrhundert, erhielt bis Juni 2023 Zusagen von 490 Mio. Rubel, später weitere 100 Mio. für eine Erweiterung (Wikipedia). IRI-Chef Alexej Goreslawski erklärte, staatlich geförderte Spiele sollten russische Spielende von importierten Titeln wegziehen. Das Spiel erschien im April 2024 und fiel bei Kritik und Publikum durch (The Bell).

Hisbollah. *Special Force* (2003) und *Special Force 2* (2007) wurden vom Zentralen Internetbüro der Hisbollah produziert. Im Trainingsmodus schießen Spielende auf Plakate israelischer Politiker und Militärs. Die Organisation begründete das Spiel als Antwort auf westliche Spiele, in denen Araber als Feinde dargestellt würden (Wikipedia).

Extremistische Bewegungen. Rechtsextreme und dschihadistische Gruppen nutzen Gaming auf sechs Wegen: eigene Spiele (etwa *Heimatdefender: Rebellion* der Identitären Bewegung, das Steam ablehnte), Mods, In-Game-Chats, Plattformen wie Discord und Twitch, Gaming-Referenzen und Gamification. Die Attentäter von Christchurch und Halle inszenierten ihre Taten im Stil von Ego-Shootern und Let's-Play-Videos (Schlegel 2021, RAN).

Demokratien. Ein kritisches Papier darf hier nicht stehen bleiben. Die US-Armee entwickelte ab 2002 *America's Army* als kostenloses Spiel, ausdrücklich zur Rekrutierung und Öffentlichkeitsarbeit. Der Anthropologe Robertson Allen hat in *America's Digital Army* (University of Nebraska Press, 2017) gezeigt, wie Militär und Spieleindustrie dabei Unterhaltung und Kriegsbild verschmelzen (Project MUSE). Die Medienwissenschaftler Nick Dyer-Witheford und Greig de Peuter beschreiben diese Verflechtung in *Games of Empire* (2009) als „militärisch-unterhaltungsindustriellen Komplex". Der Unterschied zu autoritären Staaten liegt nicht darin, dass Demokratien Spiele nie politisch nutzen, sondern darin, dass sie dort offen kritisiert, erforscht und abgelehnt werden können.

ZWISCHENFAZIT

Direkte Staatspropaganda in Spielen ist weit verbreitet, aber selten erfolgreich: *Smuta* floppte, chinesische Spielende unterliefen die vorgesehenen Feindbilder, und *America's Army* wurde 2022 eingestellt. Wirksamer sind Regulierung, Plattformkontrolle und Eigentum, weil sie unsichtbar bleiben und nicht auf die Qualität eines einzelnen Titels angewiesen sind.

LEVEL 06 · BEWERTUNG

Wo Kultur endet und Propaganda beginnt

Nicht jedes Spiel mit politischer Haltung ist Propaganda. *Papers, Please*, *This War of Mine* oder *Frostpunk* verhandeln Macht, Krieg und Moral – und machen Spielende gerade dadurch nachdenklicher. Auch historische Spiele aus nationaler Perspektive sind legitim. ThinkGameful! schlägt fünf Prüffragen vor, um Missbrauch zu erkennen:

PRÜFFRAGE	LEGITIMES POLITISCHES SPIEL	MISSBRAUCH ALS PROPAGANDA
Wer steuert?	Unabhängiges Studio, offene Finanzierung	Staat, Partei, Armee oder verdeckter Staatsbesitz
Ist der Absender erkennbar?	Ja	Nein, oder bewusst verschleiert
Sind Perspektiven wählbar?	Spielende können zweifeln, widersprechen, die Seite wechseln	Feindbild ist fest eingebaut, Alternativen sind gesperrt
Wird Gewalt gegen Gruppen belohnt?	Gewalt wird reflektiert oder hat Folgen	Eine reale Nation oder Gruppe ist das Ziel
Ist Kritik möglich?	Spiel und Hersteller können öffentlich kritisiert werden	Kritik wird zensiert, Streamer werden gebunden

An diesen Kriterien gemessen sind *Anti-Japan War Online*, *Glorious Mission*, *Game for Peace*, *Smuta* und *Special Force* klar als staatlich, parteilich oder militärisch gesteuerte Inhalte mit politischem Auftrag einzuordnen – bei *Smuta* eher als Patriotismusförderung, bei den übrigen mit eingebauten Feindbildern. Bei Tencent und Savvy lässt sich kein einzelnes Propagandaspiel benennen; kritisch ist hier die Kombination aus Staatsnähe, Marktmacht und fehlender Transparenz.

Warum das Thema dringlich ist

1. **Konzentration.** Wenige Akteure mit Staatsbindung kontrollieren heute große Teile der Branche. Was früher einzelne Propagandaspiele waren, ist heute ein Einflussfaktor auf Hunderte Millionen Spielende weltweit.
2. **Feindbilder sind dauerhaft.** Antijapanische Spiele führen keinen Krieg, aber sie halten ein Feindbild über Generationen lebendig. Das belastet Versöhnung und kann in Krisen mobilisierbar werden.
3. **Unsichtbarkeit.** Die wirksamste Form – Selbstzensur – hinterlässt keine Spuren. Was nicht entwickelt wird, kann niemand kritisieren.
4. **Spielende werden zu Trägern.** Durch Streams, Clips und Communities verbreiten Spielende Botschaften weiter, ohne sie als solche zu erkennen.

Was wir nicht behaupten

Wir behaupten nicht, dass Spiele Menschen automatisch indoktrinieren, dass chinesische oder saudische Investitionen per se illegitim sind oder dass Spielende in diesen Ländern Propaganda unkritisch aufnehmen. Die Forschung zeigt das Gegenteil: Menschen spielen eigensinnig. Gerade deshalb setzen Staaten zunehmend auf Kontrolle der Rahmenbedingungen statt auf einzelne Botschaften.

LEVEL 07 · EMPFEHLUNGEN

Was jetzt zu tun ist

An Publisher, Studios und Plattformen

1. **Eigentümertransparenz:** Staatliche oder staatsnahe Eigentümer ab 10 % Beteiligung werden im Impressum des Spiels und im Store sichtbar genannt.
2. **Redaktionsstatute:** Studios in staatlichem oder staatsnahem Besitz verankern ihre kreative Unabhängigkeit schriftlich und veröffentlichen das Statut – nach dem Vorbild publizistischer Grundsätze in Medienhäusern.
3. **Transparenzbericht zu Regionalfassungen:** Publisher legen jährlich offen, welche Inhalte sie für welche Märkte entfernt oder geändert haben.
4. **Schutz der Meinungsfreiheit im E-Sport:** Turnierregeln dürfen politische Äußerungen nicht einseitig auf Druck eines Marktes sanktionieren. Der Fall Blitzchung darf sich nicht wiederholen.
5. **Keine Influencer-Knebel:** Vorgaben an Streamer dürfen sich auf Jugendschutz und Spoiler beschränken, nicht auf politische Themen.

An Politik in Deutschland und der EU

1. **Investitionsprüfung:** Übernahmen von Spieleunternehmen mit großen Nutzerdatenbeständen durch staatliche Akteure autoritärer Staaten werden im Rahmen der EU-Investitionsprüfung systematisch betrachtet.
2. **Digital Services Act konsequent anwenden:** Große Gaming-Plattformen und ihre Kommunikationsfunktionen werden bei systemischen Risiken – Desinformation, Extremismus – einbezogen.
3. **Unabhängige Games-Förderung:** Die Bundes-Games-Förderung und europäische Programme sichern Alternativen zu staatsnahem Kapital aus autoritären Ländern.
4. **Forschung finanzieren:** Es fehlt belastbare Forschung zu Wirkung und Verbreitung staatlicher Einflussnahme über Spiele. Die vorhandene Evidenz ist dünn; das RAN-Gutachten nennt die Forschungslage ausdrücklich unzureichend.

An Bildung und Zivilgesellschaft

1. **Games-Kompetenz statt Spieleverbote:** Schulen und politische Bildung vermitteln, wie Spiele durch Regeln argumentieren – etwa durch gemeinsames Analysieren von Propagandaspielen und kritischen Spielen.
2. **Spielende stärken:** Communities, Streamer und Fachmedien sollten Eigentümerstrukturen und Zensurfälle sichtbar machen. Die Proteste nach dem Fall Blitzchung zeigen, dass öffentlicher Druck wirkt.
3. **Keine Pauschalverdächtigung:** Spielende, Entwicklerinnen und Entwickler aus China, Saudi-Arabien oder Russland sind nicht verantwortlich für ihre Regierungen. Kritik richtet sich an staatliche Akteure, nicht an Menschen.

LEVEL 08 · QUELLEN

Quellenverzeichnis

WISSENSCHAFTLICHE LITERATUR

- Bogost, I. (2007): *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Nie, A. H. (2013): Gaming, Nationalism, and Ideological Work in Contemporary China: Online Games Based on the War of Resistance against Japan. *Journal of Contemporary China* 22(81). Zusammenfassung: Universität Oxford
- Peng, W., Lee, M. & Heeter, C. (2010): The Effects of a Serious Game on Role-Taking and Willingness to Help. *Journal of Communication* 60(4).
- Allen, R. (2017): *America's Digital Army: Games at Work and War*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Dyer-Witheford, N. & de Peuter, G. (2009): *Games of Empire: Global Capitalism and Video Games*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Negotiating Chinese Youth Cyber Nationalism through Play Methods. *British Journal of Chinese Studies*.
- Schlegel, L. (2021): Extremists' Use of Gaming (Adjacent) Platforms. Radicalisation Awareness Network (RAN), Europäische Kommission.

CHINA UND TENCENT

- Game Developer (25.08.2005): China Promotes 'Patriotic' Online Games
- TIME: Video Game Backed by Chinese Army Features U.S. Soldiers as Enemies
- The Register (01.08.2013): Glorious Mission Diaoyu PLA game
- PC Gamer (April 2019): China imposes new regulations on blood, dead bodies, and history in games
- Sixth Tone (09.05.2019): Inside Game for Peace, China's New State-Approved PUBG Clone
- Hong Kong Free Press (24.02.2019): Devotion und der Winnie-Puuh-Vergleich
- heise online (2024): „Black Myth Wukong": „Feminist propaganda" and criticism of China banned
- Video Games Chronicle (Januar 2025): Tencent says inclusion on US government blacklist is 'a misunderstanding'
- CBS News (01.11.2019): Blizzard president apologizes for Hong Kong player ban

SAUDI-ARABIEN, RUSSLAND, HISBOLLAH

- Naavik (10.05.2026): Inside Saudi Arabia's $38 Billion Gaming Empire
- Advanced Television (05.08.2026): Saudi consortium closes EA acquisition
- Video Games Chronicle (04.05.2023): Final Fantasy 16 has been banned in Saudi Arabia
- PinkNews (01.10.2025): The Sims fans worried about future of LGBTQ+ content after EA's Saudi buyout
- Wikipedia: Smuta (video game)
- The Bell: The state's flagship patriotic video game flops
- Wikipedia: Special Force (2003 video game)