

**Isabell Otto: Aggressive Medien.
Zur Geschichte des Wissens über Mediengewalt**

Bielefeld: transcript 2008, 339 S., ISBN 978-3-89942-883-4, € 29,80
(Zugl. Dissertation an der Philosophischen Fakultät der Universität zu Köln)

Seit den Tagen des frühen Kinos stehen die Massenmedien unter dem Generalverdacht, ihre zumeist jugendlichen Nutzer zu schädigen. Insbesondere die Frage nach gewalttätigem Nachahmungshandeln ist, angefacht durch Amokläufe von Ego Shooter-Spielern, ein Dauerbrenner der sozialpsychologischen Medienwirkungsforschung. Isabell Otto widmet sich dieser Dauerfrage im Rahmen einer Diskursgeschichte: Anstelle zu fragen, ob bestimmte Medienprodukte tatsächlich nachteilige Konsequenzen haben, geht sie der Konstruktion des Nutzungsverhaltens in Diskursen über neue Medien nach. ‚Mediengewalt‘ wird dabei als ‚Kurzschlussformel‘ begriffen, die einen Zusammenhang zwischen dem Konsum medial

repräsentierter Gewalt und dem gewalttätigen Handeln des Rezipienten generiert und als *Common Sense* etabliert.

Dieser *Common Sense* stützt sich auf vermeintlich objektive Untersuchungsergebnisse, die Otto als Produkt historisch spezifischer Interessen- und Macht-konstellationen entlarvt. Hierzu werden im ersten Hauptteil des Buches die verschiedenen Spielarten der diskursiven Kontrolle von Medienwirkung rekonstruiert: in den Naturwissenschaften in Form von experimentellen Stimulus-Response-Systemen, in der Politik durch Propagandatechniken, in der Wirtschaft durch Werbekampagnen sowie schließlich in Pädagogik und Medizin. Hier etabliert sich ein therapeutischer Diskurs, der gewaltsamen Medienbildern eine unmittelbare Ansteckungsgefahr unterstellt. Die wissenschaftliche Medienwirkungsforschung ist, so zeigt Otto anschaulich, Teil einer „sozialmedizinischen – man könnte auch sagen: biopolitischen – Regulation der Bevölkerung.“ (S.184)

Die Unterstellung, Medien seien selbst aggressiv, dient mithin dazu, das Mediennutzungsverhalten der Bevölkerung zu beobachten und zu bewerten. Diese gesellschaftspolitische Zielsetzung ist nicht nur dafür verantwortlich, dass innerhalb des Mediengewaltdiskurses empirisch labile Ergebnisse immer wieder stabilisiert werden. Der Diskurs ist sogar an einer Produktion aggressiver Medien interessiert, um die Kontrolle des Zuschauers weiter legitimieren zu können. Die Studie, die mit einem an Michel Foucaults Frühwerk orientierten Diskurskonzept einsetzt, schließt hier an Foucaults spätere Arbeiten zu Disziplinierungs- und Regulierungstechniken an. Dass diese nicht länger diskursanalytisch fundiert sind, führt zu einer geringfügigen methodischen Schiefelage innerhalb der Untersuchung, die aber die Gültigkeit der Analyse zur Regulation der Mediennutzung im zweiten Hauptteil des Buchs nicht mindert: Otto weist nach, wie die Medienwirkungsforschung stets darauf achtet, eindeutige Belege zu vermeiden, um ihre Kontrollmechanismen aufrechtzuerhalten. An die Stelle von Ergebnissen treten moralische Evidenzbehauptungen, mittels derer die ‚richtige‘ Nutzung von Medien definiert wird. Durch diese Strategie, so die Pointe der Argumentation, muss die Regulierung der Mediennutzung gerade nicht in Gestalt staatlicher Kontrolle auftreten, sondern – wiederum im Sinne Foucaults – als Aufforderung zur Selbstregulierung und -kontrolle des Nutzers.

Isabell Ottos Dissertation *Aggressive Medien* ist damit mehr als nur eine Bestandsaufnahme der Medienwirkungsforschung des vergangenen Jahrhunderts. Sie zeigt, dass deren Geschichte nicht auf die Medienwissenschaft oder Sozialpsychologie beschränkt ist, sondern das Selbstverständnis der Gesellschaft als ganze betrifft. Am wirkmächtigsten erweisen sich dabei all diejenigen Stimmen, die der Kurzschlussformel ‚Mediengewalt‘ entgegenzutreten scheinen: Gerade wer in der aktuellen Debatte ein staatliches Verbot von Killerspielen nicht zielführend findet, begründet sein Urteil damit, dass man mit einem Verbot die Nutzer weniger gut kontrollieren könne als durch anhaltende und dauernde Aufmerksamkeit den Kindern gegenüber. Gezeigt zu haben, dass in einer solchen Ablehnung des staatlichen Zugriffs auf die Mediennutzer deren subtilste Kontrolle zu sehen ist,

ist das Verdienst von Ottos innovativem Blick auf ein vermeintlich altes Thema.
Nicolas Pethes (Hagen)