

munikation Gebrauch gemacht wird. Anhand diverser Befunde zeigt Baym, dass – obschon eine idealisierte und auch verfälschte Selbstdarstellung in vielen Fällen denkbar ist – das Gros der Personen darauf nicht zurückgreift: „Most people, in most cases, seem to err on the side of truthfulness, especially when they are linked to other people and social identities through their self-presentations [...]“ (121).

Daran anknüpfend wird im sechsten Kapitel schließlich die Entwicklung interpersonaler Beziehungen beschrieben – ausgehend vom ersten Kennenlernen bis hin zur Erhaltung und Festigung von Freundschaften. Baym zeigt auf, dass nach wie vor Medienwechsel die Entwicklung einer interpersonalen Beziehung begleiten und schließlich Personenvariablen die Nutzung ausgewählter Medien bestimmen: „Shy and anxious people may prefer online media, while those who are sociable to begin with may gravitate towards any medium that allows more opportunities to interact with others“ (148). In einer abschließenden Konklusion werden dann Implikationen aus den zuvor erarbeiteten Erkenntnissen abgeleitet: Zu fragen, ob Online Kommunikation hinsichtlich der Qualität genauso gut funktioniert wie Face-to-Face-Kommunikation, sei nicht entscheidend („It’s not a question of either/or, of one versus the other“ (153)), vielmehr müssen situative Bedingungen wie individuelle Personalfaktoren beachtet werden, die teilweise die medienbasierte Kommunikation ins Hintertreffen geraten lassen oder diese eben als bessere Alternative herausstellen. Digitale Medien seien ein zusätzliches Instrument, die Menschen gezielt einsetzen, um miteinander Austausch zu erfahren. Etwas dramatisch resümiert Baym: „This means that people have power. We can shape our personal connections through the ways we choose to understand and use embodied interaction, old media, and new media“ (155).

Was unterscheidet dieses Buch nun von anderen, die sich auch schon mit digitaler Kommunikation beschäftigt haben? Vermutlich zunächst der Duktus, der auf eine erfrischende Art den Leser durch die Argumentation leitet. Mit einem Mix aus illustrierten Anekdoten, eigenen wie fremden empirischen Befunden und theoretischen Ansätzen entsteht ein leserfreundliches Werk, das in klaren Zusammenhängen die unterschiedlichen Aspekte der digitalen Kommunikation beleuchtet. Dabei geht es nicht unbedingt um gänzlich neuartige Gedanken, sondern vielmehr um die inspirierende Zusammenschau dessen, was wir bereits über Online Kommunikation wussten, aber in dieser Dichte nur selten reflektiert haben. Dabei ist das Buch

keineswegs nur für Studierende geeignet, sondern auch für Kommunikations- und Medienwissenschaftler, die bereits in diesem Feld aktiv Forschung betreiben. Und auch wenn vielleicht nicht jeder den Optimismus von Baym bezüglich der Nutzung und Wirkung digitaler Medien teilt, ist doch die Souveränität, mit der Autorin ihre Argumente für einen sinnvollen Einsatz von Online-Kommunikation vorträgt, mutig und anregend. Dementsprechend möchte ich auch mit ihrer persönlichen Sicht schließen: „[...] when I look at how quickly and effectively people took over networks of digital signals that were never meant for sociability in the service of our need to connect, I am optimistic that we will navigate our way through innovation without losing hold of one another“ (155).

Nina Haferkamp

## Literatur

Douglas, S. (2004[1999]). *Listening In: Radio and the American Imagination*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press

## Kurt Gritsch

### Inszenierung eines gerechten Krieges?

Intellektuelle, Medien und der „Kosovo-Krieg“ 1999

Hildesheim: Olms, 2010. – 533 S.

(Historische Europa-Studien; 3)

ISBN 978-3-487-14355-2

Diese umfangreiche Studie zum Kosovo-Krieg ist eine Hildesheimer Dissertation. Sie gliedert sich in 18 Kapitel und hat ein umfangreiches Quellen- und Literaturverzeichnis. Die Kapitel können in sechs große Abschnitte zusammengefasst werden: Nach einer Darlegung der Konzeption, von Methoden und Definitionen, einem „Überblick“ und einer Systematisierung von Geschichtsbildern in den ersten vier Kapiteln wird in einem zweiten großen Abschnitt die Diskussion in deutschen Printmedien unter dem Begriff Feuilletondebatte und in zwei weiteren Kapiteln die intellektuelle Auseinandersetzung um die moralische Berechtigung zur Kriegführung nachgezeichnet. Erst dann wird das politisch-historische Geschehen in zwei Kapiteln vorgestellt. Als vierter größerer Abschnitt folgen dann vier Kapitel, die der Interpretation dieser Geschehnisse bei verschiedenen Akteuren gewidmet sind. Als fünfter Abschnitt mit zwei Kapiteln setzt sich die Studie mit dem Begriff und der Praxis der humanitären

Intervention auseinander. Der sechste große Block ist der Kosovo-Berichterstattung 1998/99 gewidmet und die letzten beiden Kapitel gehören den Schlussfolgerungen des Autors. Der Versuch, die Studie damit etwas übersichtlicher zu strukturieren, ist wegen der ungewöhnlichen Reihenfolge der Kapitel notwendig, da die Einzelkapitel sonst den Eindruck einer gewissen Beliebigkeit der Gliederung machen.

Der Kosovo-Krieg war eine Zäsur in der Außen- und Sicherheitspolitik der Bundesrepublik Deutschland, die in den ersten Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg durch ihre Rolle als Zivilmacht und die klare – auch historisch begründete – Ablehnung des Militärischen als Mittel der Außenpolitik geprägt war. Diese Faktoren und eine umstrittene Begründung des Krieges machten den Kosovo-Krieg zu einem hoch strittigen Ereignis und führten zu einer kontroversen Debatte.

Diese Debatte macht Gritsch zum Gegenstand seiner Untersuchung. In der Arbeit wird ein immenses Material ausgebreitet und eine fast unüberschaubare Menge an Meinungsäußerungen zum Kosovo-Krieg rezipiert und diskutiert. Darin liegt aber auch die entscheidende Schwäche dieser materialreichen Arbeit. Die große Materialfülle zu den einzelnen Sachpunkten wird in allen Details ausgebreitet. Am Beispiel der Auseinandersetzung mit der Handtke-Debatte über die Rolle Serbiens wird das deutlich. Man hat den Eindruck, der Autor scheue sich, auch nur eine einzige Stimme in dieser Auseinandersetzung auszulassen, obwohl man schon nach wenigen Seiten weiß, worauf er hinaus will. Was hier deutlich wird, betrifft das ganze Buch. Es ufert in Details aus. Ihm fehlt ein stringentes analytisches Konzept, was schon in den methodischen Darlegungen anklingt. Die vielfach richtigen Einsichten, z. B. über die politische Funktion des Massakers von Srebrenica in den Begründungen für die Serbien-Politik des Westens, werden dadurch geschmälert, dass der Autor moralisierend argumentiert, obwohl die Moralisierung der Debatte bis hin zum Topos des Gerechten Krieges einer seiner Hauptkritikpunkte ist.

Da er mit der Rolle und der Denkfigur des Intellektuellen argumentiert, öffnet er die Schleusen für eine an historischen Bezügen und allgemeinem Bildungswissen überbordende Argumentation. Getragen wird diese von hochgradig assoziativem Denken, das im Zusammenhang mit der Materialfülle und der geringen analytischen Kraft zu vielen Redundanzen führt. Ein stringentes analytisches Konzept hätte zugleich auch die Möglichkeit zu der drin-

gend nötigen Straffung der Arbeit geboten. Ihr Verdienst bleibt so nur die Ausbreitung des nach Themen geordneten und gesammelten Materials.

Daher zeigt sich das Material als Sammlung von Meinungsäußerungen und Interpretationsmustern, die mit den Sichtweisen des Autors verwoben sind. Damit verschafft er sich die Möglichkeit, seine allgemeinen politischen und moralischen Gedanken zu Geschichte und Geschichtspolitik auszubreiten. Das Buch erscheint als vorrangig normativ grundiert. Es liest sich wie ein assoziatives Plädoyer, dessen vorrangiges Ziel es ist, die normative Überzeugung des Autors zu begründen. Und damit reiht sich das Buch in die analysierte Debatte ein, statt sie zu untersuchen.

Magnus Kutz

**Hardy Gundlach (Hrsg.)**

**Public Value in der Digital- und Internetökonomie**

Köln: Halem, 2011. – 385 S.

ISBN 978-3-86962-013-8

„Am Public Value hängt, zum Public Value drängt doch alles.“ So ließe sich das Dichtewort respektlos auf die neue Zeit der Kommunikationswissenschaft übertragen. Während im Originalzitat alle wussten, was unter dem „Gelde“ zu verstehen ist, stellt der „Public Value“ eine Größe dar, die mit der Dauer der Debatte nicht etwa an Schärfe gewinnt, sondern vielmehr die Konturen verliert. Und doch – oder gerade deshalb? – scheint die Kommunikationspolitik und mit ihr die Medienökonomie zu Beginn des aktuellen Jahrzehntes ohne Public Value nicht mehr auskommen zu können. Ein veritables Überangebot an Deutungsmustern und Kontexten verhalf dem bei Mark Moore entlehnten und von der BBC hochgekochten Begriff zu einer Diskursdominanz von internationalen Medientagen bis zu den Proseminararbeiten von Studierenden.

Gut so. Neue Begriffe können dazu beitragen, Argumente zu schärfen und Zusammenhänge in neuem Lichte zu betrachten. So war denn auch die Tagung der Fachgruppe Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft hoch willkommen, die im November 2009 in Hamburg den Begriff des Public Value ungestüm in den Kontext der Digital- und Internetökonomie verfrachtete.