

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 Dichtwort 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.

Was also ist Inhalt und Nutzen des kommunikationswissenschaftlich und medienpolitisch so inflationär genutzten Begriffs?

Der von Herausgeber Hardy Gundlach in fünf Abschnitte gegliederte Band enthält Beiträge einer heterogen zusammengewürfelten Schar von Autorinnen und Autoren, die mit unterschiedlichem Erfolg ihre jeweils eigenen Forschungsvorhaben zu staatlichen Beihilfen, europäischer Wettbewerbspolitik, Werbenachfrage, Zeitungskrise, Markenmanagement, Wirtschaftsjournalismus, Medienkonvergenz usw. mit dem titelgebenden Konzept Public Value zu verknüpfen suchen.

Die Suche nach der erhofften und im aktuellen wissenschaftlichen und politischen Diskurs so dringend benötigten Begriffsklärung und theoretischen Verortung von Public Value bleibt leider weitgehend ergebnislos. Der Herausgeber kommt in seinem Einleitungskapitel dieser Anforderung noch am nächsten, wenn er schreibt, dass sich Public Value als „Ausdruck des Interesses begreifen [lässt], Güter oder Dienste für ein übergeordnetes Bedürfnis zu erstellen“ (S. 12). Gerade dieses Verständnis wäre anschlussfähig an bereits geführte Public Interest Debatten. Einzig Natascha Just und Michael Latzer nehmen den Faden auf und verweisen auf die Kernfrage, ob „das öffentliche Interesse das [ist], was den einzelnen Mediennutzer interessiert, oder was im Sinne von Argumenten der Meritorik im öffentlichen Interesse (Gemeinwohl) ist, aber zu wenig nachgefragt wird?“ (S. 95).

Diese für die Theoriebildung höchst relevante Debatte wird von den anderen Verfasserinnen und Verfassern der Beiträge in dem Band nicht weitergeführt, vielmehr pflegen diese ihr jeweils eigenes Verständnis. Serong setzt kurzerhand Public Value mit individuellem Nutzen gleich (S. 105, 107), Kolo vereinfacht auf die Formel „Was einen Dienst am Gemeinwesen leistet, erbringt einen ‚public value‘ (...)“ (S. 256) und Funk/Pagel verzichten gleich ganz auf den Rückgriff auf Public Value und schreiben stattdessen über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Ist die Enttäuschung über den Mangel an begrifflicher Kohärenz erst einmal überwunden, befördert die Lektüre des Bandes Kreatives und Überraschendes zu Tage.

Der Beitrag von Thorsten Held fasst in komprimierter und nützlicher Form die Debatte im Anschluss an den deutschen Beihilfekompromiss und die Drei-Stufen-Tests zusammen. Der ebenfalls sehr kenntnisreich verfasste Beitrag von Natascha Just und Michael Latzer weist über den deutschen Sprachraum hinaus und

bringt die Beispiele Dänemark, Irland, Flandern (Belgien) und Österreich in die Debatte ein. Dieser europäische Vergleich über die viel häufiger diskutierten Fälle Deutschland und Großbritannien hinaus zeigt die mögliche konzeptionelle Vielfalt bei der Umsetzung der Vorgaben der Europäischen Union auf und eröffnet Handlungsspielräume für die nationalen Gesetzgeber bzw. Regulatorien.

Einen bisher noch zu wenig beleuchteten Aspekt stellen Jan Krone und Tassilo Pellegrini ins Zentrum ihrer Ausführungen. Wer sich von dem sperrigen Titel des Beitrages nicht abschrecken lässt, wird mit der originellen Hypothese belohnt, wonach eine Abkehr von der Netzneutralität im Internet disruptiv-rückwärtsgerichtete Implikationen für die Öffentlichkeit und den Wettbewerb nach sich ziehen würde (vgl. S. 95). Den beiden Autoren gelingt in der Folge eine überzeugende Argumentationskette, die über die in der Medienökonomie üblicherweise in den Mittelpunkt gestellten klassischen Massenmedien hinausweist. Je wichtiger das Internet als zusätzlicher Verbreitungsweg wird, je wichtiger aber auch Inhalte im Internet werden, die nicht von klassischen Medienunternehmen eingespeist werden, desto bedeutsamer wird die Frage nach den Machtverhältnissen im Internet. Neue Akteure, deren finanzielle und technologische Kontrollmöglichkeiten das in der Massenkommunikation übliche Maß weit übersteigen, wachsen zu Schleusenwärtinnen heran, die in der Lage sind, „einen disruptiv-rückwärtsgerichteten Effekt auf die Öffentlichkeit und ihren gesetzlich/vertraglich geschützten Anspruch auf Information“ (Krone/Pellegrini, S. 213) auszuüben.

Der Herausgeber, so keimt der Verdacht beim Leser, hat angesichts der bunten Vielfalt der Begriffsverwendung alle Hoffnung fahren lassen, die in alle Richtungen wuchernden Argumentationsstränge in einem Schlusskapitel noch einmal bändigen zu können. Public Value bleibt auch nach der Lektüre dieses Bandes eine Wundertüte, aus der sich die Beteiligten scheinbar nach Belieben intellektuell bedienen können.

Josef Trappel