

Jan Siebert

Hans-Dieter Kübler: Mediale Kommunikation

2001

<https://doi.org/10.17192/ep2001.2.2527>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Siebert, Jan: Hans-Dieter Kübler: Mediale Kommunikation. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 18 (2001), Nr. 2, S. 155–156. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2001.2.2527>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Hans-Dieter Kübler: Mediale Kommunikation

Tübingen: Niemeyer 2000, 106 S., ISBN 3-484-37109-9, DM 19,80

Hans-Dieter Kübler hat mit seinem Buch einen sehr lesenswerten, verständlichen Einstieg in das komplexe Feld der medialen Kommunikation vorgelegt. Nach einer Kurzdarstellung der Mediengeschichte teilt er die verschiedenen und teilweise disparaten Ansätze zur Formulierung eines universalen Medienbegriffs in sinnvolle Kategorien ein und setzt sie zueinander in Bezug, gefolgt von einer Erörterung der heutigen Funktionen und Aufgaben von Medien und ihres Stellenwerts in den Prozessen der Wirklichkeitserfahrung. Während der erste Teil vor allem medienphilosophische Fragestellungen behandelt, wendet sich der zweite Teil vorwiegend Themen publizistischer Natur zu, die geprägt sind von Überlegungen zur ökonomischen Relevanz von Medien und zu ihrer Wirkung allgemein. Kübler widmet sich in diesen Kapiteln der (empirischen) Medienrezeptionsforschung und diskutiert die marktwirtschaftlichen Zwänge genauso wie das Manipulationspotential der Medien.

Der überwiegend sachlich gehaltene Text lässt die eigene Einstellung des Autors an einigen Stellen durchscheinen und ihn als distanzierteren, wenn auch tendenziell eher medieneuphorischen als medienapokalyptischen Beobachter identifizieren. Seine medienpädagogisch beeinflusste Auffassung von einer medienkompetenten Gesellschaft sieht er als notwendig für den kritischen Umgang mit der aktuellen Bilderwelt von Film, Fernsehen und Internet an.

Das Ergebnis ist ein praxisnaher, gut strukturierter Überblick über die Massenkommunikationsforschung, der aufgrund seiner kompakten Darstellung vor allem auch für Studienanfänger insbesondere der Publizistik bzw. der Medienwissenschaft allgemein geeignet ist. Die Literaturliste am Schluss des Buches bietet darüber hinaus viele Möglichkeiten der thematischen Vertiefung.

Jan Siebert (Konstanz)