

Siegfried Kaltenecker

Ulrich Riehm, Bernd Wingert: Multimedia. Mythen, Chancen und Herausforderungen

1996

<https://doi.org/10.17192/ep1996.4.4165>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kaltenecker, Siegfried: Ulrich Riehm, Bernd Wingert: Multimedia. Mythen, Chancen und Herausforderungen. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 13 (1996), Nr. 4, S. 436–437. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1996.4.4165>.

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.

Ulrich Riehm, Bernd Wingert:

Multimedia. Mythen, Chancen und Herausforderungen

Mannheim: Bollmann 1995, 278 S., ISBN 3-927901-69-5, DM 58,-

Nur allzu gern bedient sich die Sprache über die Neuen Medien der Superlative. Von der atemberaubenden Beschleunigung des Infotainment ist dann oft die Rede, von der unüberschaubaren Vervielfältigung des Programmangebots, von den sensationellen Grenzüberschreitungen des Cyberspace oder auch von den spektakulären Auflösungen des interaktiven Fernsehens. Einer solch ebenso euphorischen wie mystifizierenden Betrachtung setzt der von dem Soziologen Ulrich Riehm und dem Psychologen Bernd Wingert herausgegebene Band *Multimedia. Mythen, Chancen und Herausforderungen* einen realistischen Blick entgegen. Im Rückgriff auf zahlreiche Gutachten, die für das Büro für Technikfolgenabschätzung beim Deutschen Bundestag (TAB) angefertigt wurden, wird der vieldeutigen, chiffre-artigen Verwendung des Multimedia-Begriffs mit dem Versuch einer klaren, überschaubaren Definition begegnet. So weicht die allgemeine, abstrakte Auseinandersetzung einer genauen Untersuchung konkreter Medienanlagen. Nicht der technikzentrierte Blick auf die unzähligen multimediale Apparate steht hier im Mittelpunkt, sondern die Konzentration auf deren spezielle Anwendung im wirtschaftlichen, privaten und öffentlichen Bereich.

Nach einer exemplarischen Einführung in die neue Gestaltung der Telefon-, Funk- und Satellitennetze setzen sich Riehm und Wingert mit den geschäftlichen Anwendungen von Multimedia in Form von Videokonferenzen, Tele-Arbeit, Datenbanken oder innerbetrieblicher Weiterbildung auseinander. Dem folgt die Erkundung der privaten Medienwelten des Tele-Shopping, der Computerspiele, des interaktiven Fernsehens und des Video on demand. Und schließlich geht es auch noch um die durch Multimedia veränderten Verhältnisse zwischen dem Staat und seinen Bürgerinnen und Bürgern, die an den Beispielen der aktuellen Entwicklung in Deutschland und der US-amerikanischen National Information Infrastructure (NII) abgehandelt werden.

Obwohl hier eine umfassende und anschaulich illustrierte Übersicht über die verschiedenen Multimedia-Felder vorliegt, bleibt deren Ausrichtung doch sehr positivistisch. Die historische Verortung bleibt ebenso cursorisch wie die konkrete soziokulturelle Verankerung. Weder die multinationalen Kontexte und politisch-ökonomischen Herrschaftsstrukturen von Multimedia werden genauer unter die Lupe genommen noch die geschlechts-, klassen- oder ethnien-spe-

zifischen Besonderheiten ihrer Anwendung. Dementsprechend bleiben auch die beiden Kapitel über das Lernen mit Multimedia und über eine mögliche neue Mediensprache analytisch sehr unscharf. Wer sich von dem pragmatischen, sehr realpolitischen Geist dieser Studie nicht abschrecken läßt, wird darin zweifellos viele Informationen und Anregungen entdecken können; wer allerdings über den Wissensdurst eines gut informierten Zeitungslesers (dem von Riehm und Wingert anvisierten Idealeser) hinaus Ansprüche auf eine kritische, und das heißt immer noch: genau differenzierte Analyse erhebt, den wird die Lektüre dieses Buches nur wenig befriedigen.

Siegfried Kaltenecker (Wien)