

LESEN UND FERNSEHEN

Eine Sammelrezension

Die hier zu besprechenden Publikationen berichten über Ergebnisse der Lese(r)forschung und wollen zur Leseförderung beitragen. Sie behandeln nicht ausschließlich, aber vorrangig das Verhältnis zwischen Lesen und Fernsehen. Sie unterscheiden sich im Wert ihres Inhalts für die Forschung und dessen Ertrag für die Förderung. Die beiden Bände *Lesesozialisation* sind an den wissenschaftlich Mitstrebenden gerichtet. *Der befragte Leser* spricht einen größeren Kreis sachlich Interessierter an, besonders Buchhändler. Reumann schließlich schreibt im Stil eines anspruchsvollen Feuilletons für dessen Publikum.

Lesesozialisation. Studien der Bertelsmann-Stiftung. Bd.1: Leseklima in der Familie. Bd.2: Leseerfahrungen und Lesekarrieren

Gütersloh: Bertelsmann-Stiftung 1993, 377 S. (Bd.1), 374 S. (Bd.2), Preis nicht mitgeteilt

Die Studien der Bertelsmann-Stiftung werden insgesamt von deren Vorstandsmitglied Ulrich Saxer verantwortet, dessen Mitarbeiter hier über drei miteinander verbundene Forschungsprojekte referieren. Diese gelten dem Leseklima in der Familie, dem Lesen im Alltag von Jugendlichen sowie typischen Leserbiographien sowohl kontinuierlichen als auch und besonders durch Abbruch des Lesens gekennzeichneten. Quantitäten wurden durch Umfragen ermittelt, deren Resultate vor- und umsichtig auch mit dem schwer zu handhabenden Instrument der Clusteranalyse interpretiert. Durch begleitende Tiefeninterviews versuchten Bettina Hurrelmann, Renate Köcher und Heinz Bonfadelli zusammen mit Angela Fritz Qualitäten zu erfassen - mit beachtlichem Erfolg: Die aufgezeichneten Interviews belegen überzeugend die ungeahnte Vielfalt prägnanter Bezüge, in die das so vielschichtige Phänomen des Lesens zu Recht gestellt wird. Die geradezu spannende Lektüre der Interviews immunisiert gegen die schrecklichen Simplifikationen, denen Leser und Nichtleser bislang auch in der sich als wissenschaftlich gerierenden Fachliteratur ausgesetzt waren.

Zumal für den Fragenkatalog haben die Autoren vorausgegangene Forschung weitgehend genutzt, auch hinreichend kritisch - mit einer Ausnahme: die Jugend-Medien-Studie der ARD/ZDF-Medienkommission (Frankfurt 1986), die den Umlauf der dummen Phrase vom "Verfall der Lesekultur" verschuldet hat, hätte gar nicht genannt werden dürfen ohne Kennzeichnung ihrer überdies gefälschten Zahlen als Vehikel einer argen Verzeichnung der Wirklichkeit (vgl. *medienwissenschaft: rezensionen* 1/1987, S.17; Heinz Steinberg: *Gutenbergs Zukunft*, Berlin 1990, S.56ff.). Im übrigen kann der Rezensent den genannten Mitarbeitern Saxers attestieren, aus dem Aufweis früherer Fehlleistungen gelernt zu haben.

"Lesekultur" präsentierte sich, heißt es im Vorwort, zu Beginn der neunziger Jahre "sensibel und fragil". Dieses Statement ist nicht als vorweggenommenes Untersuchungsergebnis zu verstehen, sondern im Zusammenhang zunehmender Nutzung der Elektronik als vorläufiger Eindruck, der den Wunsch begründet, eine wirklich verlässliche empirische Erkenntnis des Lesetrends zu gewinnen. Diese wird auch gewonnen und im zweiten Band zu dem folgenden Gesamtergebnis zusammengefaßt, das für Kinder und Jugendliche genauso gilt wie für Erwachsene: "Die seit Ende der sechziger Jahre kontinuierlich erhobenen Daten aus Deutschland [...], Österreich und Frankreich [...] belegen eine erstaunliche Stabilität des Buchlesens, sogar in Richtung eines langsamen und zähen Wachstums der Lesefreude" (Bd.2, S.46). Damit wird endlich den kulturpessimistischen Redensarten Einhalt geboten, die jahrzehntelang vernünftige Leseförderung weitgehend verhindert haben.

Viele Kinder lesen viel, ob das nun ihre Eltern gern sehen oder nicht. Daß Ermahnungen, der Bub bzw. das Mädchel solle doch mehr lesen, in aller Regel nichts bewirken, weist die Studie nach, die einwandfrei ermittelt hat, "daß Kinder, die zum Lesen aufgefordert werden, signifikant weniger lesen als Kinder, die nicht dazu aufgefordert werden" (Bd.1, S.152). Kinder sperren sich gegen solche Beeinflussungsversuche und erliegen um so leichter der Konkurrenz verlockender Freizeitangebote. Fernsehen freilich konkurriert gar nicht mit Lesen. Jedenfalls sitzen "Kinder, die am meisten Zeit mit Büchern verbringen, im Durchschnitt auch" (Bd.1, S.36) am längsten vor dem Fernsehapparat. Vorlesen kann bei Kleinkindern, die das mögen, frühzeitig Leselust wecken. Im übrigen aber können Eltern das Lesen ihrer Kinder nur dadurch fördern, daß sie selbst viel lesen; denn Kinder werden leicht zu 'Nachahmungstätern', so daß ihr Lesen und Nichtlesen weit überwiegend durch das Leseklima in der Familie vorbestimmt ist.

Für Lehrer gilt Entsprechendes. "Die Bemühungen der Schule um die Leseerziehung erscheinen [...] nahezu aussichtslos" (Bd.1, S.70). Ein Lehrer aber, der selbst viel liest und sich für die Freizeitlektüre seiner Schüler interessiert, kann deren Lesen in einer "Atmosphäre der entspannten Zuwendung" (Bd.1, S.78) quantitativ stärken. Qualitative Wirkung kann zudem die Literaturdidaktik der Sekundarstufe zeitigen, insofern sie die "emotionalen und kognitiven Erfahrungen der Kinder beim Lesen" (Bd.1, S.234) zu vertiefen vermag. Daß die Schule mittelbar durch eine brauchbare Schulbibliothek und/oder einen Klassenbesuch in der Öffentlichen Bücherei förderlichen Einfluß übt, versteht sich.

Väter und Geschwister, Tanten und Onkel tragen wie auch Freunde in der Familie zum Leseklima bei; geprägt wird es meist durch die Mutter. Damit mag zusammenhängen, daß Mädchen durchweg mehr lesen als Knaben. Da aber auch Frauen jeder Altersstufe, jeder Bildungs- und Sozialschicht mehr

lesen als Männer - im ganzen sind im weiteren Sinne Leser 67 Prozent der westdeutschen Männer, aber 78 Prozent der westdeutschen Frauen (Bd.2, S.300) -, ist auch die ermittelte weibliche Präferenz für unterhaltende, die männliche für informierende Literatur in Rechnung zu stellen. Die Präferenzen lassen vermuten, Frauen könnten häufiger als Männer eskapistisch motiviert lesen, erfordern indessen differenziertere Forschung. Die Fakten eruiert zu haben, ist einstweilen als Verdienst der Bertelsmann-Studien anzuerkennen.

In jedem der drei referierten Forschungsprojekte wird immer wieder auf das Verhältnis zur Television zurückgekommen, das nach dem Abbau kurzschlüssiger Kausalitätsunterstellungen in seinen Facetten zutreffend und aufschlußreicher erfaßt wurde als in früheren Publikationen. Dennoch ist ein Defizit zu beklagen. Unter jungen Menschen ist es heute "fast unmöglich, einen absoluten Nichtleser zu finden" (Bd.2, S.191). Natürlich ist es genauso unmöglich, einen absolut Fernsehabsinenten zu finden, zumal jeder zweite Jugendliche über ein eigenes Fernsehgerät verfügt (vgl. Bd.2, S.79) und sich besonders über dessen Serienprodukte gewiß nicht seltener unterhält als über Bücher.

Hinsichtlich solcher Gespräche ist aus den aufgezeichneten Interviews mehrfach zu schließen, daß der Bildschirm unmittelbar zum Lesen angeregt hat, z.B. einen munteren zehnjährigen Jungen zu engagiert politischer und gar zu naturwissenschaftlicher Lektüre (vgl. Bd.1, S.195). Warum sind die vorliegenden Studien nicht systematisch der Lesestimulation durch Fernsehen nachgegangen? Diese war schon 1978 aufgrund von Daten, die INFRATEST sorgsam erhoben und in *Kommunikationsverhalten und Buch* publiziert hat, so hoch zu veranschlagen, daß der Fernsehapparat als der mit Abstand bedeutendste Leseanreger anzusehen ist. Wenn sich etwa über Quantitäten hinaus ermitteln ließe, auf welche Weise unter welchen Umständen bereits ein Nachrichtensprecher welchen Personenkreis zur Lektüre welches Buches angeregt hat, bekäme Leseförderung, zumal die institutionelle, festeren Boden unter ihre unsicher postierten Füße und würde, so wäre zu hoffen, nicht mehr verantwortungslos unverbindlich als philanthropisches Gesellschaftsspiel betrieben. Die Methode freilich zu verlässlicher Erhellung des Stimulationszusammenhangs hätte erst entwickelt werden müssen und dadurch gegenwärtig die Bertelsmann-Stiftung womöglich überfordert. So sei mit Vorstehendem nur ein Wunsch für Nachfolgeforschung angemeldet. Vorläufig bleibt das Geleistete dankbar zu begrüßen. Lese(r)forschung hat damit ein Niveau erreicht, das so bald ohnehin nicht zu heben ist. Wer von diesem Niveau auf den befragten Leser blickt, den Ludwig Muth vorstellt, blickt nach unten.

Ludwig Muth (Hg.): Der befragte Leser. Buch und Demoskopie
München, London, New York, Paris: Saur 1993, 220 S., DM 128,-

Auf der ersten Seite ihres Vorworts zu dem allerdings überwiegend von ihr befragten Leser erinnert Elisabeth Noelle-Neumann - der fachlich halbwegs Unterrichtete traut seinen Augen kaum - an die "Partisanen-Existenz", die ihr Mitarbeiter Gerhard Schmidtchen anno 1968 dem an den Rand einer lesefeindlichen Gesellschaft gedrängten Leser zugeschrieben hat. Die zweite Seite überbietet noch die erste. Auf ihr hält Frau Noelle-Neumann fest am "Freßfeind" des Bücherlesens, als den sie 1974 das Fernsehen ausgemacht hat. *Difficile est satiram non scribere*.

Gewiß, Muth hat in sein Buch auch (meist bereits anderswo publizierte) Beiträge aufgenommen, die sachkundig Förderliches über Buch und Lesen aussagen, und so unverfroren wie das Vorwort beharrt keiner auf - sagen wir milde, sehr milde - veralteten Positionen. Aber ist über diese Muth selbst hinausgelangt? Wäre er es, hätte er nicht auch noch das "Fieberthermometer für den Buchhandel" (S.103ff.) abgedruckt, das die Oberdemoskopin jüngst fabriziert hat. Sie offeriert darin eine Käufertypologie, die Muth an anderer Stelle kommentiert.

Der "Buchmensch" kaufe im Durchschnitt 17 Titel (jährlich), schreibt Muth und entsetzt sich anschließend, daß "Der unlustige Leser" es höchstens auf 5 bringe. Zudem dominiere in der Unlust-Gruppe die junge Generation, merkt der um die Zukunft des Buches Besorgte an (s.S.18). Weder der Typus Buchmensch noch der Typus Unlustiger Leser existieren aber in der Realität. Vielmehr hat Frau Noelle-Neumann mit ihren Zahlen so lange jongliert, bis der unlustige Leser, der höchstens 5 Bücher kauft, ihrem Kopf entsprang. Sachgerecht und verantwortungsbewußt erdachte Typologien können freilich Erkenntnishilfe leisten. Diese Typologie jedoch dient ausschließlich der Prolongation buchhändlerischer Klagen, ausschließlich dem Lamento, das 45 Jahre stetig steigenden Umsatzes nicht haben verstummen lassen: daß immer weniger gelesen werde. Peinlich ist daher, daß der Vorsteher des Börsenvereins ein lobhudeles Geleitwort dem Buch vorangestellt hat, das so bevor- und geleitwortet besser ungedruckt geblieben wäre.

Kurt Reumann: Lesefreuden und Lebenswelten

Zürich: Edition Interfrom, Osnabrück: Fromm 1992, 246 S., DM 22,-

Reumanns Buch hat den schätzenswerten Vorzug, lesbarer geschrieben zu sein - aber nicht nur diesen! Der Amateur Reumann kennt sich in dem, was Wissenschaft bisher geleistet hat, nicht schlechter aus als die Professionellen, ja mitunter noch besser, insofern er sich stärker als diese durch ausländische Forschung hat belehren lassen. Sein Hauptvorzug aber ist,

Lese(r)forschung und Leseförderung in den Zusammenhang kulturpolitischer Theorie gestellt zu haben.

Marshall McLuhan faszinierte zeitlebens durch eine Argumentationsweise, die sublimen Emotionen des Angesprochenen aufrührt. Reumann nimmt ihn beim Wort, den kanadischen Telesophen, der uns überzeugen wollte, die Erlebniserweiterung durch Elektronik mache die Druckmedien überflüssig und deren 'Überlebenskampf' lächerlich. Nur weil er sich sozusagen experimentell einläßt auf McLuhans Spekulationen, gelingt es Reumann, diese in ihrer Widersprüchlichkeit im einzelnen wie im ganzen zu widerlegen. In unserem Zusammenhang noch wichtiger jedoch ist Reumanns zweite Leistung: Nächst dem "globalen Dorf" und dessen Oralkultur, in das der Fernseher die Welt nunmehr am Ende des Buchzeitalters verwandelt habe, erregte McLuhan Aufsehen durch das paradoxe Theorem, das Medium (Fernsehen ebenso wie Gedrucktes), das Medium als solches (nicht das, was es vermittelt) sei bereits die Botschaft. In Kenntnis dieser These mustert Reumann einen anderen Autor, einen Amerikaner, den deutsche Buchhändler zum Bestseller-Ruhm hochgehjelt haben, da doch, meinten diese Buchhändler, was gegen das Fernsehen gesagt werde, dem Buchgeschäft nutzen müsse. Nach Neil Postman leistet das Fernsehen, durch das wir uns zu Tode amüsieren, der Trivialität Vorschub. "Seriöses Fernsehen" sei daher ein Widerspruch in sich. Was heißt denn das andere, fragt nun Reumann, "als daß das Medium die Botschaft sei" (S.180). Die Frage stellen, heißt sie beantworten: "Postman begeht [...] wie McLuhan den Fehler, daß er in dem [...] Feldschema der vier Größen Kommunikator - Aussage - Massenmedium - Rezipient das Massenmedium absolut setzt" (S.180).

Postmans Stern ist bereits verblaßt, schneller als der McLuhans. Nachgewiesen zu haben, daß beide Sterne Blendlichter waren, bleibt dennoch verdienstlich; denn nie ist man sicher, daß nicht wieder einmal jemand wie Muth die Leuchten von vorgestern aufputzt.

Heinz Steinberg (Berlin)