

Das Buch hat einen Pausenknopf

Gert Egle (2011)

"Ich lese eigentlich immer gerade ein Buch", erklärt der Schüler Johnny Herpell in einem Artikel der Süddeutschen Zeitung vom 5./6. März 2011¹, der sich mit den Veränderungen auseinandersetzt, die durch den E-Book-Boom in Amerika auch auf Deutschland zukommen könnten. "Bei mir konkurrieren Bücher und Computer nicht", fährt er fort und betont: "Ich lese nicht weniger Bücher, nur weil ich einmal am Tag auf Facebook gehe. Ich schaue weniger fern als früher." Im Medienzeitbudget des jungen Mannes behauptet das Buch also (noch) seinen Platz. Dies entspricht auch längerfristigen gesellschaftlichen Trends,. So hat man in einer Untersuchung von SevenOne Media, Mindline, Enigma GfK und Forsa aus dem Jahr 2010² festgestellt, dass sich das herkömmliche Buch im Zeitraum zwischen 2002 und 2010 zwar mit einem Anteil zwischen 6% und 7% am durchschnittlichen Medienzeitbudget der Befragten behaupten kann. Schaut man dagegen auf den gesamten Medienmix aller genutzter Medien dann landet das Lesen von Büchern aber weit abgeschlagen hinter dem Fernsehen (um die 37% im gesamten Zeitraum oder dem Internet (2002: 6%, 2010: 18%). Zeitungen und Zeitschriften ergeht es noch schlechter: Sie verlieren in zwischen 2002 und 2010 mehr als die Hälfte und bringen es im Jahr 2010 auf gerade noch auf einen fünfprozentigen Anteil am durchschnittlichen Medienmix der Befragten. Natürlich bilden solche Daten, selbst wenn sie einen Zeitraum von mehreren Jahren umfassen, die komplexen Entwicklungen der Medienlandschaft nur unzureichend ab, denn die zunehmende Konvergenz der Medien setzt hier ganz neue Akzente. Die Tatsache also, dass die Grenzen zwischen den einzelnen Medien fallen, von denen früher einmal jedes für sich eine räumlich, zeitlich und sozial/situativ begrenzte "Sinnprovinz" mit bestimmten Zwecken, Handlungs- und Nutzungsweisen und anderen Normen (Krotz 2007, S.88, 94) im Alltagsleben der Menschen eingenommen hat, ist nur ein soziokultureller Ausdruck für diese umfassende Entwicklung

Kein Wunder, dass sich angesichts der wohl nicht rosigen Aussichten für das herkömmliche Buch allerorten Mahner unterschiedlicher Herkunft zu Wort melden. Mit ihren Kassandrarufer³ über den Untergang des Abendlandes wegen des vermeintlichen Buchsterbens schlagen sie Alarm. Aber auch moderne Neurowissenschaftler wie **Maryanne Wolf**, die in Ihrem Buch "Das lesende Gehirn" (Spektrum Verlag) "vor den Gefahren des ausschließlichen digitalen Lesens für die ganze Gesellschaft" warnt", sehen die Sache kritisch und differenziert. Ihre Mahnungen zielen vor allem auf Kinder, die "süchtig nach digitalen Medien" seien und deshalb auf Grund ihrer "Buchferne" unter Umständen niemals lernen würden, was sie "**tiefes Lesen**" nenne. "Unsere Kinder werden vielleicht niemals erfahren, was es heißt, sich in eine Figur wirklich einzufühlen, dann eine kritische Analyse zu machen und zu eigenen Gedanken zu kommen", betont sie in einem Interview mit der Süddeutschen Zeitung vom 17./18. Juli 2010⁴. Ihre Begründungen: Wer mit digitalen Medien liest, schenkt den Informationen nur kurz seine Aufmerksamkeit, zu kurz dafür um die Dinge im Gehirn abgleichen zu können oder gar eigene Ideen dazu zu entwickeln. "Es sind", so erklärt sie, "die selbst gemachten Notizen am Seitenrand der Bücher, die die Grundlage für unsere Gedanken bilden. [...] Ein Buch fühlt man, riecht man, berührt man. Ein Buch hat eine Art Pausenknopf." Auch wenn es, wie sie einräumt, heute noch keine wirklich verlässlichen harten, neurowissenschaftlichen Daten über die Effekte digitalen Lesens gibt, ist die Forscherin von der amerikanischen Tufts University überzeugt davon, dass man heutzutage nur auf einem Mittelweg vorankomme, "bei dem wir analoge und digitale Medien bewusst nutzen." Insbesondere nimmt sie die Eltern von kleinen Kindern in die Pflicht: "Mein bester Ratschlag an Eltern lautet: 'Sorgen Sie für ein Haus gedruckter Bücher und lesen Sie Ihrem Kind jeden Abend vor, bis sie fünf Jahre oder älter sind. [...] Das Internet ist so verführerisch, und Kinder werden so schnell süchtig davon, dass wir sie schrittweise an die digitale Technik heranführen sollten.'" Welche Bücher Kinder und Jugendliche lesen, wie häufig sie das tun und wie gerne, wird immer wieder mit Umfragen ermittelt. Die Kinder- und Jugendstudien des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs) erheben in regelmäßigen Abständen statistische Daten zum Umgang von Kindern und Jugendlichen mit den modernen Medien. Seit 1998 werden für die Studien unter dem Titel Jugend und Medien (JIM-Studie(n), die als ein langfristiges Projekt angelegt ist (sind), Jahr für Jahr ca. 1.000 Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren telefonisch zu ihren Freizeitaktivitäten, Themeninteressen, Mediennutzung, Medienbesitz, Computer- und Videonutzung etc. befragt. Die Daten, die dabei ermittelt werden, sollen vor allem dazu dienen, dass "Strategien und Ansatzpunkte für neue Konzepte in den Bereichen Bildung, Kultur und Arbeit" (mpfs-Webseite, 20.9.2010) erarbeitet werden können.

Beim Lesen von Büchern unterscheiden sich Jungen und Mädchen deutlich. "Knapp die Hälfte der Mädchen greift mehrmals pro Woche zu einem Buch, jedoch nur 28 Prozent der Jungen. Diese Tendenz zeigt sich auch bei den totalen Leseverweigerern: jeder vierte Junge aber nur jedes zehnte Mädchen liest nie ein Buch. Während sich die Lesehäufigkeit im Altersverlauf nur wenig ändert – bei älteren Jugendlichen nimmt die Häufigkeit etwas ab – zeigen sich gravierende Unterschiede bei der Betrachtung nach dem Bildungsniveau. Nur etwa jeder fünfte Jugendliche an der Hauptschule bzw. mit Hauptschulabschluss liest regelmäßig, der Anteil an Nichtlesern liegt bei über einem Drittel. Mit höherer formaler Bildung steigt die Lesehäufigkeit deutlich an. Knapp die Hälfte der Gymnasiasten bzw. der Jugendlichen mit Abitur lesen regelmäßig Bücher und nur noch jeder Zehnte hat keinerlei Interesse an Büchern." (JIM Studie 2010, S.24)

60 Wie häufig lesen Jugendliche heute Bücher?

Betrachtet man die Gesamtzahl aller Jugendlichen beider Geschlechter, so lesen 38% von ihnen täglich bzw. mehrmals pro Woche ein Buch. Nie zu einem Buch greifen dagegen 17%. Zwischen den beiden Polen gibt es eine Gruppe von 18% der Jugendlichen, die Bücher zwischen einmal pro Woche und einmal alle vierzehn Tage zum Lesen hervorholt. Nur einmal im Monat oder noch seltener machen dies 27% der jungen Leute.

65 Hier lohnt sich auch der gesonderte Blick auf Mädchen und Jungen. Täglich bzw. mehrmals in der Woche lesen 48% der Mädchen, während es bei den Jungen nur 28% sind. 17% der Mädchen tun dies zwischen einmal pro Woche und einmal in vierzehn Tagen, dagegen geben dies 19% der Jungen an. Der größte Anteil der Jungen, nämlich 30%, gibt an, einmal im Monat oder seltener ein Buch in die Hand zu nehmen, Mädchen verzeichnen hier einen Anteil von 24%. Auch bei den notorischen Buchverweigerern liegen die Jungen mit einem mehr als doppelt so großen Anteil vorne (23%), während diese Gruppe bei den Mädchen etwas mehr als ein Zehntel ausmacht (11%). (vgl. JIM Studie 2010, S.24)

Jugendbuchmarkt und E-Books

Obwohl über die ganze Gesellschaft hinweg gesehen, das Bücherlesen im Medienzeitbudget auf vergleichsweise niedrigerem Niveau stagniert, verzeichnet der Markt für Kinder- und Jugendbuchliteratur 75 Zuwächse, und zwar deutlich stärker als der Buchmarkt insgesamt, wie die vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels und der Arbeitsgemeinschaft Jugendbuchverlagen herausgegebene Studie "Kinder- und Jugendbücher - Einblicke in Lebens- und Lesewelten relevanter Zielgruppen"⁵ für das Jahr 2009 ermittelt hat. Mit insgesamt 72,3 Millionen verkauften Büchern (2009) stellen die Kinder- und Jugendbücher eine ganz wesentliche Säule des deutschen Buchmarkts dar. (vgl. Lesen in Deutschland -Projekte und Initiativen zur Leseförderung, Meldung vom 16.11.2010) 586 Millionen Euro wechselten auf diese Weise ihre Besitzer. Jeder, der 14,1 Millionen Kinder- und Jugendbuchkäufer kaufte 2009 für etwa 40 Euro 5,1 Kinder und Jugendbücher. Und die ganz überwiegende Mehrheit der Käufer (87%) zieht es dabei in die stationären Buchhandlungen, mehr als drei Fünftel der Käufer (61%) gehen beim Shoppen überhaupt am liebsten in Buchhandlungen. Dessen ungeachtet steigt aber auch das Interesse an **E-Books**. Zwar sind viele Eltern, die den Lesestoff für ihre 85 Kinder kaufen, bei digitalen Büchern noch zurückhaltend. Auch wenn sie für sich das Lesen digitaler Bücher ausschließen, glauben sie doch, dass digitales Lesen von Büchern zur Zukunft ihrer eigenen Kinder hinzugehören wird. Die Zehn- bis Zwölfjährigen können sich das Lesen digitaler Bücher am ehesten vorstellen, sie weisen damit die höchste E-Book-Affinität auf. Fünf Prozent von ihnen können sich das Lesen eines E-Books "auf alle Fälle" vorstellen, 17 Prozent halten es für "wahrscheinlich". Gefolgt werden die Kinder von den 13- bis 90 19-jährigen Jugendlichen, von denen etwa 20 Prozent eine E-Book-Affinität haben. Wer heute älter als zwanzig ist, kann sich kaum vorstellen, ein E-Book zu lesen (ca. 20%), geschweige denn ein E-Book zu kaufen (10%). (vgl. Lesen in Deutschland -Projekte und Initiativen zur Leseförderung, Meldung vom 16.11.2010)

Wie immer es um das Bücherlesen in absehbarer oder ferner Zukunft bestellt sein sollte, in einem sind sich 95 sämtliche Trend- und Marktforscher einig: Die Zukunft des Buches hat längst schon begonnen. Und diese Zukunft wird mehr und mehr digital sein. Schon möglich, dass es Menschen geben wird, die das Lesen von Büchern verlernen, wenn sie in ihrem Alltagsleben textlichen Informationen nur kurze Aufmerksamkeitsspannen gönnen und von kleinauf nur an kleine Informationseinheiten gewöhnt sind. Viel Hoffnung macht auch die Mahnung Maryanne Wolfs nicht: "Sorgen Sie für ein Haus voller gedruckter Bücher ...". Aber auch für Sie gibt es einen Hoffnungsschimmer für alle Familien: " "Ich denke, die Großmütter der Welt 100 sollten jungen Eltern helfen, zu entscheiden, welche Medien gut für die Kinder sind. Großmütter wissen, dass Spiel, Gespräche, Natur und Musik wichtig für Kinder sind." - Vorläufig jedenfalls, vielleicht.

Anmerkungen

¹ Es muss krachen. Das E-Book boomt in Amerika, neue Lesegeräte überschwemmen jetzt auch den deutschen Markt. Eine Umfrage von Rebecca Casati und Gabriela Herpell, in: Süddeutsche Zeitung, Wochenende, 5./6.3.2011)

² SevenOne Media, Mindline, Enigma GfK und Forsa aus dem Jahr 2010 zufolge (Navigator 4 - Mediennutzung 2010, Seite 8); 4399 Personen im Alter von 14-49 Jahren wurden für den Zeitraum vom Frühjahr 2002 bis zum Frühjahr 2010 zur Zusammensetzung ihres Medienzeitbudgets befragt

³ **Kassandrarufe**: Ausdruck geht auf die gr. Mythologie zurück; »**Kassandra**, die Tochter des »**trojanischen** Königs »**Priamos** und der »**Hekabe**, wurde vom Gott »**Apollon** bestraft, weil sie seinem Liebeswerben nicht nachgegeben hatte, obwohl er ihr sogar die Gabe der **Vorhersehung** geschenkt hatte. Da Apollon ihr aber diese Gabe nicht mehr nehmen konnte, belegte er sie mit einem Fluch. Fortan konnte sie zwar Dinge vorhersehen, aber der Fluch sorgte dafür, dass niemand mehr ihren Vorhersehungen Glauben schenkte. Der Begriff Kassandrarufe rührt davon, dass **Kassandra**, die von ihrem Volk oft wie eine Verrückte behandelt wurde, am Ende des »**Trojanischen Krieges** die Einwohner der Stadt Troja vergeblich vor dem »**Trojanischen Pferd** warnte, einer List, mit der es den angreifenden Griechen letztlich gelang, Troja zu erobern. Als **Kassandrarufe** gelten heute (laute, immer wieder ausgesprochene) Warnungen und Mahnungen vor drohenden Gefahren, denen aber niemand glaubt.

⁴ "Sorgen Sie für ein Haus voller Bücher!" - Die Neurowissenschaftlerin Maryanne Wolf plädiert dafür, Kinder weiterhin mit gedruckten Texten zu konfrontieren. Interview mit Nicola Schmidt, in: Süddeutsche Zeitung, 17./18. Juli 2010

⁵ Die Studie "Kinder- und Jugendbücher - Einblicke in Lebens- und Lesewelten relevanter Zielgruppen" wurde vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels und der Arbeitsgemeinschaft der Jugendbuchverlage in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Kommunikation (GfK) und Sinus Sociovision erarbeitet bzw. herausgegeben.

Quellen u. a.:

Krotz, Friedrich (2007): Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation, Wiesbaden 2007

Arbeitsanregungen:

1. Visualisieren Sie den Text als Strukturbild und veranschaulichen Sie dabei die Daten aus des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest (mpfs) zur Büchernutzung durch Jugendliche und die Angaben zum E-Book-Markt der Studie "Kinder- und Jugendbücher" als Bildstatistik/Diagramm. Wählen Sie dazu eine geeignete Diagrammform aus.
2. Erläutern und erklären Sie die Untersuchungsergebnisse.