

Heinz Steinberg

Fritz, Angela: Lesen in der Mediengesellschaft

1991

<https://doi.org/10.17192/ep1991.2.5407>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Steinberg, Heinz: Fritz, Angela: Lesen in der Mediengesellschaft. In: *medienwissenschaft: rezeensionen*, Jg. 8 (1991), Nr. 2. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1991.2.5407>.

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.

Angela Fritz: Lesen in der Mediengesellschaft. Standortbeschreibung einer Kulturtechnik.

Mit einem Vorwort von Wolfgang R. Langenbacher.- Wien: Braumüller 1989, 166 S., DM 38,-

Der seit Jahrzehnten einschlägig bemühte Soziologe Robert Escarpit hat seufzend bekundet, in Frankreich sei es leichter, ehrliche Antworten für den Kinsey-Report zu erhalten als über prestigegebundene Lesegewohnheiten. Was dann (zu Recht oder Unrecht) als ehrliche Aussage registriert wird, fügt der Rezensent hinzu, beruht oft genug auch noch auf unterschiedlich verursachten Irrtümern, so daß sich besonders jeder Vergleich der zur Spiegelung vermeintlicher Tatsachen erhobenen Daten verbietet. Faktisch Zutreffendes durch Umfragen zu ermitteln, erfordert jedenfalls raffinierte Vorkehrungen, die von der Verfasserin der vorliegenden Studie nicht getroffen wurden.

Fast die Hälfte der Befragten gebe an, schreibt Angela Fritz, Bücher zu lesen, die "von Freunden, Bekannten oder Verwandten empfohlen wurden. Anregungen durch andere Medien - Sendungen, Besprechungen im Fernsehen, Radio und Tageszeitung - folgen in der Rangreihe hinter dem Rat des Buchhändlers" (S.75). Das hören Buchhändler gewiß gern, zumal wenn sie die Umfrage finanziert haben. Aber es trifft nicht zu. Durch das INFRATEST-Institut, das geschickter zu fragen und die Antworten treffender auszuwerten verstand, wissen wir, daß allein der Bildschirm laufend stärker zum Bücherlesen anregt als alle Gespräche mit Freunden, Kollegen, Verwandten, Lehrern, Buchhändlern, Bibliotheka-

ren zusammengenommen. Oder sollte das Fernsehen in Österreich, wo Frau Fritz gefragt hat, weniger potent sein als in der Bundesrepublik? "Etwa ein Drittel der Befragten nimmt (fast) täglich ein Buch zur Hand" (S.26). Auch das kann nicht stimmen. Bereits jeder 14-jährige Schulkunde nimmt nämlich an jedem Schultag mehrere Bücher mindestens zweimal zur Hand, wenn er seine Mappe ein- und auspackt. Haben Österreicher überdies ein so gutes Zahlengedächtnis, daß sie keine Telefonnummern nachschlagen? Nun kann man natürlich Schul- und Telefonbücher für irrelevant halten zur Erfassung von Lesegewohnheiten. Tut man das, muß man aber anders fragen und die Befragungsergebnisse anders referieren als die Verfasserin. Soll ein Test, bei dem bis zu acht Punkte zu gewinnen sind, die Fähigkeit ermitteln, "einem Text die wesentlichen Informationen zu entnehmen" (S.78), auf daß sich zu- oder abnehmende 'Lesekompetenz' bei Alten und Jungen, Gebildeten und weniger Gebildeten, Viel- und Wenig-Fernsehern konstatieren lasse, müssen die zum Vergleich benutzten Texte vorgelegt, muß dem kritisch Prüfenden auch über das Punktzuteilungsverfahren mehr gesagt werden, als in acht Zeilen zu sagen möglich ist, zumal in diesem Zusammenhang Kausalitäten unzulässig unterstellt sind. (Ob höhere Schulbildung oder nicht vielmehr das Leseklima im Elternhaus höhere Lesekompetenz verursacht, ist keineswegs ausgemacht.)

Damit sei jedoch die "allen Unkenrufen" entgegenstehende "wesentliche Erkenntnis" durchaus nicht bezweifelt, es seien "gerade die jungen Leute [...], die über eine höhere Lesekompetenz verfügen" (S.131). Auch sonst ist die Verfasserin zu manch überzeugend aufschlußreichem Einzelresultat gelangt. Eines ist hervorzuheben: "Glauben Sie", stand im Fragebogen, "daß die meisten Menschen in Österreich es für wichtig halten, daß Bücher gelesen werden?" Das glauben in der Tat viele, aber nur viele Nicht-Leser, während Viel-Leser "zu einem größeren Prozentsatz davon überzeugt" sind, "daß der Österreicher es nicht für wichtig hält, Bücher zu lesen" (S.129). Auch in Österreich werden also gebildete Nasen gerümpft über das angeblich nichtlesende Volk, das sich darob ausgegrenzt fühlt und womöglich geneigt ist, das Lesen wirklich denen zu überlassen, die kulturpessimistische Phrasen dreschen.

Daß der pessimistische Grundton öffentlichen Geredes allen Fakten zuwiderläuft, die sich in Österreich wie in Frankreich und Deutschland über Buch und Lesen ermitteln ließen, betont zurecht das Vorwort, das Wolfgang R. Langenbacher für das Buch seiner Schülerin geschrieben hat. Seine Erkenntnis ist freilich nicht neu. Daß Angela Fritz sie im ganzen durch empirische Belege gestützt hat, bleibt jedoch dankenswert.

Heinz Steinberg (Berlin)