

Horst Heidtmann

### **Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund. Veränderungen von Lesekultur, Lesesozialisation und Leseverhalten in der Mediengesellschaft.**

Zu den in den letzten Jahren meistverkauften und meistgelesenen Kinder- und Jugendbuchautoren in Deutschland gehören u.a. Anna Leoni, Mel Gilden, Edward W. Marsh, Chris Carter und Rainer Büttner. Diese Liste läßt sich fortschreiben, ebenfalls mit Namen, die sogar den meisten Jugendliteraturfachleuten unbekannt sind. Diese Schriftsteller verdanken beeindruckend hohe Verkaufszahlen nicht bestechendem Erzählertalent oder ihrem Ansehen als Autor, sondern der Popularität von Unterhaltungsfilmen oder Fernsehserien.

Von Mel Gilden stammen die meisten Nacherzählungen zur TV-Teenie-Serie "Beverly Hills 90210" bei RTL plus. Im Sommer 1993 erreichten zeitweise bis zu sechs Titel aus dieser Jugendbuchserie gleichzeitig für mehrere Wochen einen Rang unter den 30 Erstplazierten der SPIEGEL-Bestsellerliste. Die Serie hat - mit mehr als sechs Millionen verkauften Exemplaren - den Zenit ihres Erfolges längst überschritten, ist aber immer noch im Markt präsent.<sup>1</sup>

Anna Leoni ist das Verlagspseudonym, unter dem unterschiedliche Autorinnen und Autoren seit mehreren Jahren für den Dino Verlag Episoden der von RTL ausgestrahlten daily soap "Gute Zeiten, schlechte Zeiten" (GZSZ) nacherzählen. Die - fast monatlich neu erscheinenden - GZSZ-Bücher werden als Hardcover mit Erstauflagen von 30.000 Exemplaren ausgeliefert, die meisten Titel der Backlist haben mittlerweile Gesamtauflagen von jeweils über 100.000 Exemplaren erreicht.

Einige der bei der Kölner Verlagsgesellschaft vgs erschienenen Begleitbücher zur Akte X-Mystery-TV-Serie von Chris Carter standen ebenfalls mehrere Wochen auf der SPIEGEL-Bestsellerliste. Rainer Büttner konnte mit lang anhaltender Präsenz auf dieser Liste sogar einen Mega-Erfolg verbuchen, dank seiner vom Loewes Verlag in Millionenaufgaben verkauften Bücher zur Alf-TV-Serie.

Edward W. Marsh hat im Nürnberger BSV Verlag in einem mit Filmbildern illustrierten Band den Inhalt des James Cameron-Films "Titanic" nacherzählt. Da der Film allein in Deutschland über 17 Millionen Zuschauer in die Kinos zog, war es zu erwarten, dass von der Buchfassung innerhalb eines halben Jahres 500.000 Exemplare verkauft werden konnten.

Auf dem Kinder- und Jugendbuchmarkt ist seit etlichen Jahren zwar die Nachfrage nach den tradierten Unterhaltungsgenres rückläufig, gleichzeitig bringen Kinder- und Jugendbücher mit Stoffen, die aus anderen Medien adaptiert werden, ein überproportionales Umsatzwachstum. Titel nach Hollywoodspiel- und Animationsfilmen, nach TV-Soap Operas und Feiertagsmehrteilern erreichen sechs- und siebenstelligen Auflagenzahlen und damit Platzierungen auf den vordersten Plätzen bei den von der GfK erhobenen Verkaufszahlen. Weitgehend unbeachtet von der Jugendbuchkritik wie von den professionellen Literaturvermittlern sind Film- und Fernsehbegleitbücher heute die wichtigste Form von Massensliteratur für junge Leser.

Die Kinder- und Jugendkultur vernetzt sich immer enger mit der gesamten Popularkultur. Da dieser Prozeß bereits seit zwei Jahrzehnten anhält, ist er nicht als

modisches Phänomen zu begreifen, sondern im Sinne eines grundlegenden Strukturwandels: Traditionelle Funktionen der Kinder- und Jugendliteratur verlieren offenkundig immer stärker an Bedeutung

### Ein Buch ist mehr als ein Buch?!

Formen und Funktionen von Lektüre haben sich verändert, in den vergangenen Jahren offenkundig schneller, als es die meisten Eltern und Pädagogen wahrnehmen können oder wollen. Die Generationen, die heute erwachsen und die mehrheitlich vor allem durch die Printmedien sozialisiert sind, haben - so scheint es - eine Neigung, ihre Mediensozialisation, ihre eigenen Medienpräferenzen, ihre Medienerlebnisse zum Maßstab zu nehmen, wenn sie mit anderen, mit Kindern, Schülern oder Schülerinnen, pädagogisch arbeiten, wenn sie diese an die Literatur und das Lesen heranführen wollen.

Für diejenigen, deren Mediensozialisation vorrangig von den Printmedien geprägt wurde, ist das Lesen nicht nur eine Kulturtechnik, die Menschen zumindest ansatzweise beherrschen sollten, wenn sie im Informationszeitalter bestehen wollen, wenn sie in dieser Gesellschaft die ihnen zustehenden Rechte wahrnehmen wollen. Mit Lesen verbindet sich Lust und Last, Lektüreerlebnisse haben aufwühlen und irritieren können, haben Impulse geben und das Denken in andere Bahnen leiten können. Lektüre bietet aber auch angenehmen Zeitvertreib, behagliche Entspannung oder Lesevergnügen im weitesten Sinn.

Für Kinder und Jugendliche in früheren Jahrzehnten waren Bücher, Romanhefte, Comics oder Jugendzeitschriften noch zentrale Erlebnismedien. In den 1950er und 60er Jahren vermittelten sich über die Lektüre der Abenteuer von Tom Prox, Old Shatterhand, Sigurd, Akim, der fünf Freunde, von Hanni und Nanni oder Pucki emotionale Ansprache und Ereignisqualitäten, die andere Medien damals nicht in der Art und dem Umfang zu bieten vermochten. Neu erschienene Micky Maus- oder Jerry Cotton-Hefte, Edgar Wallace- oder Perry Rhodan-Bücher boten Anlaß zur Kommunikation innerhalb der Peergroup.<sup>2</sup> Der Besitz von Printmedien, zumindest in Form von Unterhaltungs- oder Trivialliteratur, hatte also statuszuweisende Funktionen in der Gruppe der Gleichaltrigen.

Kinder und Jugendliche haben mit Büchern verbunden also mehr verbunden als lediglich Konnotationen wie Dichtung, Unterhaltung oder Informationsträger. Ein Buch ist also `mehr als ein BuchA gewesen. Das mag für viele Erwachsene immer noch Gültigkeit haben, für die jetzt nachwachsenden Generationen lassen sich aber andere Bedeutungszuweisungen und damit andere Medienprofile erkennen. Innerhalb von zwei Jahrzehnten haben sich die Medienangebote für Kinder und Jugendliche, und damit auch deren Mediennutzung, drastisch geändert.

### Lesekultur im Rückblick

Es wird heute in der kulturkritischen wie in pädagogischen Publizistik heftig über den Niedergang der Lesekultur geklagt. Wenn man diesen Klagen folgt, so scheinen gegenwärtig vor allem Kinder und Jugendliche die Lust am Lesen zu verlieren. Und wenn junge Menschen doch lesen, dann wenden sie sich offenkundig häufig Lektüreformen zu, die Pädagoginnen ebenso wie Buchhändlern oder Bibliothekarinnen als suspekt oder ungeeignet erscheinen.

Aber gab es bei uns jemals diese heute vielbeschworene Lesekultur? Waren Deutschland, Österreich oder die Schweiz jemals derartige Leseländer, in denen sich jung und alt in der Freizeit gleichermaßen

der Lektüre guter Literatur oder gar dem intellektuellen Diskurs über ihre Lektüre gewidmet hätten?

Eine umfassende Lesekultur setzt u.a. eine allgemein verbreitete Lesefähigkeit voraus. Und diese setzt wiederum voraus, dass es eine allgemein verbindliche Schulpflicht mit hinreichend langer Dauer gibt. Das läßt sich für den deutschsprachigen Raum allenfalls seit etwa 100 Jahren nachweisen.<sup>3</sup> Bis zum Ende des 19. Jahrhunderts war Lesekultur im Sinne einer regelmäßigen Nutzung von Büchern auf privilegierte Schichten der Bevölkerung beschränkt. Und dies ändert sich frühestens durch Initiativen wie die Arbeiterbildungsvereine oder die Volksbüchereibewegung.

Lesekultur blieb also - in welchem Umfang auch immer - auf das Bürgertum eingrenzbar. Für die Kinder in den bürgerlichen Familien entstanden im letzten Drittel des 18. Jahrhunderts in so großem Umfang Texte, die vorrangig zu deren Erziehung und Bildung beitragen sollen, dass wir vom Entstehen einer spezifischen, intentionalen Kinder- und Jugendliteratur sprechen können.

Die intentionale Kinder- und Jugendkultur war seit ihren Anfängen für pädagogische Zwecke funktionalisiert. Das erzieherische Anliegen war wichtig, nicht künstlerische Qualität oder Unterhaltsamkeit. Die lesenden Kinder haben den Pädagogen aber schon damals nicht ausschließlich Freude bereitet, weil sie nämlich stets auch das gelesen haben, was nicht vorrangig für sie bestimmt war. Kinder haben sich im 18. Jahrhundert aus Büchern ähnliche Inhalte geholt wie später aus dem Film oder danach aus Fernsehen und Video: Triviales, Spannendes, Lustiges. Schon Johann Wolfgang Goethe beschreibt in seinen Kindheitserinnerungen in diesem Sinn die Gier, mit der er als Kind die billig gedruckten Volksbücher wie `Eulenspiegel` oder den `ewigen JudenA, `zerlesenA und `verschlungenA hat.<sup>4</sup>

Als zu Beginn dieses Jahrhunderts Kinder aus den unteren Volksschichten lesen konnten, kamen in noch größerem Umfang billige Lesestoffe auf den Markt, als Groschenhefte, Serien wie "Buffalo Bill" oder "Nick Carter". Kinder und Jugendliche aus allen Gesellschaftsschichten wendeten sich mit Begeisterung diesen einfachen Formen von Unterhaltungsliteratur zu, die emotionale Ansprache, Abenteuer, Action, aber auch Liebe auf der Courths-Mahler-Ebene boten.

Pädagogen, Bibliothekare, Politiker reagierten auf diese Lektüreinteressen mit Anti-Schund- und Schmutz-Kampagnen. Es wurde wiederkehrend gegen die Vielleserei und gegen nicht jugendgeeignete Lesestoffe gekämpft. Noch in den 1950er Jahren wurden vor allem Comics, aber auch Groschenromane öffentlich verdammt und verbrannt.

Die tatsächlich, vorrangig und mit Begeisterung von Kindern und Jugendlichen rezipierte Literatur ist - so scheint es, auch wenn empirisch gesicherte Forschungen dazu fehlen - bislang noch nie mit dem identisch gewesen, was wohlmeinende PädagogInnen, BibliothekarInnen oder Eltern für besonders jugendgeeignet gehalten haben. Bücher, die z.B. den Mitte der 50er Jahre gestifteten deutschen Jugendliteraturpreis erhalten haben, sind in ihrer Mehrheit nicht die Titel gewesen, die von der Zielgruppe vorrangig oder gar mit besonderem Interesse gelesen worden sind. Obwohl die Leseforschung erst seit wenigen Jahrzehnten empirisch gesicherte Daten vermittelt, dürfen wir wohl davon ausgehen, dass auch vor der Einführung des Fernsehens als Massenmedium viele Erwachsene gar nicht oder allenfalls illustrierte Zeitschriften oder Yellow-Press-Produkte gelesen haben.

### Mediatisierung der Umwelt

Gesellschaftliche Kommunikation und Mediennutzung haben sich innerhalb weniger Jahrzehnte in

kaum vorstellbarer Weise verändert. Immer neue Medien sind zur Aufrechterhaltung komplexer Kommunikationsstrukturen, sind für das Funktionieren von Politik, Wirtschaft und Kultur notwendig. Für die Bewußtseins- und Meinungsbildung sind die Printmedien längst nicht mehr die Leitmedien.

Entscheidende Zäsuren sind für uns in Westeuropa die etwa 1981 beginnende Nutzung von Micro- oder Personalcomputern, das ab 1982 auch Bild- und Audiodateien transportierende WorldWideWeb, die Einführung des dualen Rundfunksystems Mitte der 80er Jahre und die seitdem stetig steigende Zahl von TV-Programmen.

Kinder wachsen heute in einer audiovisuell und multimedial geprägten Umwelt auf. In praktisch allen Haushalten sind Fernseh- wie Audiogeräte mehrfach vorhanden. Mehr als 90 Prozent der bundes-deutschen Haushalte können über Kabelanschluß oder Satellit auf mehrere Dutzend TV-Programme zugreifen. Familien mit Kindern verfügen im Regelfall über Videorecorder und Personalcomputer.

Die Zahl der Internetnutzer verdoppelt sich gegenwärtig jährlich. Etwa 20 Prozent der deutschen Haushalte werden Ende 2000 online sein. Die technologischen Grundlagen für die Realisierung welt-umspannender Telekommunikationsnetze sowie für die vollständige Digitalisierung der Telekommunikation sind derzeit bereits vorhanden.

Eine gewachsene Zahl privater und mittlerweile auch öffentlich-rechtlicher Fernsehanbieter wendet sich ausschließlich oder vorrangig an Kinder oder zumindest an ein jugendliches Publikum. Kinder und Jugendliche sichern Einschaltquoten und damit Werbeeinnahmen. Sie werden als Zielgruppe ernst genommen. Im Winter 1999/2000 prägt die multimediale Verwertung einer für Zwei- bis Vierjährige konzipierten, vom öffentlich-rechtlichen Kinderkanal ausgestrahlten Serie nachhaltig das Weihnachtsgeschäft im Kinderkultursektor. Videos und Bücher mit den Teletubbies werden in Monatsfrist in Millionenstückzahlen verkauft. Hasbro, einer der weltgrößten Spielzeughersteller, kann nicht so schnell Teletubbie-Figuren produzieren wie der Handel sie absetzt.

Im Gegensatz zu den Printmedien wirken die audiovisuellen neuen Medien im engeren Sinne (Film, Fernsehen, Video) realistischer, authentischer als Printmedien, da ihre Botschaften über die gleichen Sinnesempfindungen, nämlich durch Auge und Ohr, wahrgenommen werden wie die reale Umwelt auch. Sie sind dadurch wesentlich leichter verständlich als die geschriebene, durch Zeichen verschlüsselte Sprache, die erst im Kopf des Lesers, durch seine Phantasie in Bilder umgeformt werden muß. Den nicht zu krassen Wechsel akustischer und visueller Reize empfindet der Mensch (physiologisch bedingt) als angenehm. Zudem bieten Film, Fernsehen, Video vor allem unterhaltungsorientierte Inhalte, was nicht nur von Kindern als entsprechend angenehm empfunden wird.

### Freizeitinteressen und Medienutzung

Kinder und Jugendliche werden heute in ein Medien- und Kommunikationsnetz hineingeboren, dessen Dichte vor wenigen Jahrzehnten unvorstellbar gewesen wäre. Das hat zwangsläufig Auswirkungen auf ihr Freizeit- und ihr Medienverhalten.

Aktuelle Erhebungen weichen zwar im Detail voneinander ab, bestätigen in der Tendenz aber Ranglisten, wie sie u.a. der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest zuletzt im Sommer 1999 ermittelt hat<sup>5</sup> :

### **Mediale Freizeitbeschäftigungen 12- bis 19jähriger (Sommer 1999)**

Rang	Medium	täglich / mehrmals pro Woche in Prozent
1	Fernsehen	Jungen 95% Mädchen 95%
2	CDs oder MCs mit Musik hören	Jungen 92% Mädchen 96%
3	Radio hören	Jungen 81% Mädchen 89%
4	Zeitung lesen	Jungen 62% Mädchen 56%
5	Zeitschriften und Magazine lesen	Jungen 45% Mädchen 54%
6	Computer nutzen	Jungen 63% Mädchen 33%
7	Bücher lesen	Jungen 30% Mädchen 47%
8	Videos ansehen	Jungen 23% Mädchen 24%
9	Hörspielkassetten / Hörbücher hören	Jungen 11% Mädchen 16%
10	Comics lesen	Jungen 16% Mädchen 7%

Auch bei anderen Erhebungen zur Mediennutzung Jugendlicher erreicht das Fernsehen bei den tatsächlich ausgeübten Tätigkeiten den ersten Rang, in der Wertschätzung, der Beliebtheit von Freizeitbeschäftigungen liegt es weiter hinten, gleichauf mit dem Lesen von Büchern. Beim Lesen ist - in der Selbsteinschätzung von Jugendlichen und älteren Kindern - das Bücherlesen besonders wichtig; genutzt als Medium der Lektüre werden aber mit zunehmendem Lebensalter vorrangig Zeitschriften. Nach aktuellen Marktforschungsdaten wird für Kinder- und Jugendzeitschriften in Deutschland von den privaten Haushalten mittlerweile mehr Geld ausgegeben als für Bücher.<sup>6</sup>

#### Dominanz der AV-Medien

Bei Jugendlichen ist die Attraktivität des Fernsehbildschirms gegenwärtig zwar etwas rückläufig, im Kinderalltag spielt dieser nach wie vor eine dominante Rolle als Sozialisationsfaktor. Dass immer mehr Kinder und Jugendliche zugunsten anderer Medien auf Bücher verzichten, entdeckte zur Buchmesse 1998 sogar DER SPIEGEL: "Totalverweigerer der Schmökereien outhen sich immer ungenierter."<sup>7</sup> Da sich Kinder am Vorbild der Eltern und an den in der Familie genutzten Medien orientieren, könnte es sich hier um einen zwangsläufigen Prozeß handeln: Kinder beginnen etwa im Alter von sechs Monaten vor dem Fernsehschirm auf Variationen von Bild- und Tonmaterial zu reagieren, im Alter von zwei oder drei Jahren setzt "gerichtetes und absichtsvolles Zuschauen" ein. Mit zwei Jahren lernen Kinder mit Teletubbies, Sandmännchen und Maus das Fernsehen, das Decodieren visueller Codes der Film- und

Fernsehsprache, dies mehrere Jahre bevor sie in der Schule das Lesen, das Decodieren von Schriftzeichen erlernen.

Für Kinder im Kleinkind- und Vorschulalter ist das Fernsehen heute der wichtigste Geschichtenerzähler. Täglich bekommen sie kurze Episoden, Geschichten in Form von Serienfolgen und Spielfilmen erzählt, unter Umständen mehr als 1.000 Geschichten im Jahr. Nur noch ein Bruchteil der bis zu Beginn der Schulzeit rezipierten Geschichten erreicht Kinder durch die gemeinsame Lektüre von Büchern in der Familie oder durch Vorlesen.

Das von Kindern im Alter zwischen 3 und 8 Jahren nach dem Fernsehen am zweithäufigsten genutzte Medium sind Kindertonträger. Fast die Hälfte aller Kinder hört täglich MCs oder CDs. Ihren ersten Kassettenrecorder erhalten Kinder durchschnittlich im Alter von 2,1 Jahren. Tonkassetten sind das erste Medium über das Kinder frei sowie in der Regel von den Eltern ungestört und unkontrolliert verfügen können.<sup>8</sup>

Die Wünsche von Kindern nach Action, Spannung und Unterhaltung werden im Kleinkindalter also intensiv auch noch durch Hörspiele, daneben und danach aber vorrangig durch Filme, Videos und Fernsehserien erfüllt. Eine Winnetou-Verfilmung bietet den in einem Karl-May-Band enthaltenen Abenteuerstoff kompakter als das Buch, in kürzerer Zeit rezipierbar, zudem emotional intensiver erlebbar als durch Buchlektüre.

Die Dominanz der AV-Medien bestätigte sich u.a. durch eine Befragung von Kindern im Alter zwischen 4 und 13 Jahren, die im Sommer 1997 an Öffentlichen Bibliotheken in Südwestdeutschland durchgeführt worden ist. Die Umfrage ist im Detail nicht repräsentativ, aber deckt sich in der Tendenz mit ähnlichen Erhebungen. In diesem Fall handelte es sich sogar um junge Bibliotheksbenutzer, also Kinder, die im Vergleich zur gesamten Altersgruppe überdurchschnittlich an Büchern interessiert gewesen sind.

Die Kinder wurden zum einen danach gefragt, mit welchen Medienfiguren sie sich identifizieren: Welche Figur wärest du gerne bzw. in wen würdest du dich gern verwandeln, wenn du könntest? Und da die Relevanz von Mediencharakteren sich nicht zwangsläufig in Form eines Identifikationsprozesses umsetzen muß, wurde gleichzeitig danach gefragt: Wen hättest du gern zum Freund, mit wem wärest du am liebsten befreundet?

### Die beliebtesten Medienfiguren von Kindern im Alter von 4 bis 13 Jahren

Rang	Prozent	Medienfigur
1.	8%	Benjamin Blümchen
2.	8%	Bibi Blocksberg
3.	7,5%	Pumuckl
4.	6%	Donald Duck
5.	5%	Jan (aus der TV-Soap `Verbotene Liebe)
6.	5%	Micky Maus

7.	4,5%	Asterix
8.	4,5%	Pippi Langstrumpf
9.	4%	Rambo
10.	3%	ALF

Es wurde ferner noch die Relevanz der Trägermedien ermittelt: Woher kennst du diese Figur, aus Film, Fernsehen, Buch oder von einer Tonkassette?

Mehr als 90 Prozent der beliebtesten Figuren kennen die Kinder ausschließlich oder vorrangig aus dem Fernsehen, aus TV-Serien, aus Filmen oder Magazinbeiträgen. 48 Prozent kennen sie aus Büchern oder Reihenheften, 38 Prozent von Hörspielkassetten, 23 Prozent aus Comics und 7 Prozent aus Popmusik- und Starzeitschriften. Wenn von den Kindern Bücher als Medium der Begegnung mit ihren Figuren genannt worden sind, dann handelte es sich nur im Ausnahmefall um eine ausschließlich literarische Verarbeitung, z.B. um ein Buch von Paul Maar oder Klaus Kordon. Aschenputtel und Alad(d)in begegnen Kindern heute vorrangig oder ausschließlich in den auflagenstarken Disney-Filmbüchern des Schneider Verlages. Das doppelte Lottchen, Heidi, Pippi und die kleine Hexe wurden im Regelfall erst nach dem Anschauen des Filmes oder nach dem Anhören der Kassette gelesen. Bei fast allen von Kindern in dieser Bibliotheksumfrage genannten Büchern handelte es sich um Film- und Fernsehbücher oder die Buchvorlagen zu Filmen und Fernsehserien.<sup>9</sup>

Profilveränderungen des Buches: Abnehmende Leselust

Wenngleich Langzeitstudien den Rückgang von Reichweite und Nutzungsdauer erzählender Literatur belegen, so wird doch von Kindern und Jugendlichen weiterhin mehr gelesen als von anderen Gruppen der Bevölkerung. Mit zunehmendem Alter nimmt die Leselust allerdings ab. Die Bertelsmann Stiftung hat zur Klassifizierung des Leseverhaltens von Kindern wie Erwachsenen ein Lesebarmeter entwickelt.<sup>10</sup> Danach verfügen von den Acht- bis Zehnjährigen noch 53 Prozent über eine hohe bis sehr hohe Leselust. Von den Elf- bis 17jährigen lesen noch 29 Prozent gern bis sehr gern. Von den erwachsenen Deutschen über 14 Jahren haben lediglich 19 Prozent noch eine gefestigte Bindung an das Medium Buch, an die erzählende Literatur.

In den Bestandsaufnahmen der Bertelsmann-Stiftung wird rückläufiges Leseinteresse bei Jugendlichen darauf zurückgeführt, dass mit Buchlektüre nur in geringem Maße Konnotationen wie Entspannung und Unterhaltsamkeit verbunden werden. Die Profile anderer Medien sind demnach deutlich höher vergnügungs- oder spaßbezogen:

**Medienprofile bei Schülern der Klassenstufen 7 bis 10**

vorrangiger Zweck	Medium
Entspannung	1. Musikträger 2. Fernsehen
Information	1. Zeitung 2. Fernsehen
Unterhaltung	1. Kino

	2. Videofilme 3. Computerspiele
Um alles zu vergessen	1. Musikonträger 2. Buch lesen

Als Informationsvermittler werden Printmedien für Kinder zunehmend wichtiger, der Umsatzanteil von Sachbüchern für Kinder und Jugendliche hat sich in den vergangenen Jahren verdoppelt. Der Umsatz mit Kinder- und Jugendzeitschriften übertrifft mittlerweile den mit Kinder- und Jugendbüchern. Von den einschlägigen Zeitschriftenverlagen (Ehapa, Bastei, VPM, Dino) werden fast monatlich neue Kinderzeitschriftenprojekte initiiert (zuletzt u.a. Barbie, Pumuckl, Sailormoon, Sissi, Tabaluga, Teletubbies, Winnie Puuh), jeweils mit Auflagen von weit über 100.000. Die Lektüre von Zeitschriften und damit das Lesen aus informatorischen Gründen gewinnt offenkundig bereits im Grundschulalter an Bedeutung.<sup>11</sup>

Wenngleich die unterhaltenden Funktionen des Buches zwar auch für jugendliche Leser von Belang bleiben, so sind es mit zunehmendem Alter vorrangig (oder nur noch) Mädchen, die Bücher als Erlebnismedium nutzen. Bereits ältere Untersuchungen belegen, dass sich schon in der Kindheit geschlechtsspezifische Lektürepräferenzen ausbilden, dass in der Adoleszenz die literarischen wie die medialen Interessen von Jungen und Mädchen sich erkennbar auseinander entwickeln.<sup>12</sup> Männliche Jugendliche beschränken sich auf spannungs- und aktionsorientierte literarische Genres oder lesen ausschließlich aus informatorischen Gründen.

Im Rahmen eines Forschungsprojektes des Instituts für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) in Stuttgart zur Rezeption von Film- und Fernsehbegleitbüchern fanden im Sommer 1999 Gruppengespräche mit männlichen Realschülern im Alter von 12 und 13 Jahren statt (, die als Kontrollgruppe dienen). Lediglich einer von 10 Jungen gestand im Gespräch, dass er gelegentlich Bücher mit erzählender Literatur lese, vorrangig solche, die im Haushalt vorhanden wären. Für die gesamte Jungengruppe waren Computer- und Konsolenspiele das zentrale Freizeitmedium, Inhalt und Anlaß von Kommunikation innerhalb der Gruppe. Gelesen wurde ausschließlich aus informatorischen Gründen: Computer- und Computerspielzeitschriften, TV-Programmzeitschriften, Technik- und Autozeitschriften (vorrangig die ADAC-Mitgliederzeitschrift).<sup>13</sup>

Bei einer im Rahmen dieses IfaK-Forschungsprojektes im Winter 1998/99 durchgeführten, repräsentativen Trendbefragung von 2.700 Kindern und Jugendlichen im Alter von 10 bis 15 Jahren gaben mehr als 45 Prozent der Befragten an, dass sie erzählende, belletristische Literatur nicht oder jetzt nicht mehr lesen würden. Nur 14 Prozent lesen noch regelmäßig (davon Mädchen mehr als doppelt so oft wie die Jungen der Altersgruppe). Mädchen wie Frauen erwarten von literarischer Unterhaltung die Ansprache affektiver Bedürfnisse, ihrer Gefühle, sie nutzen Bücher eher als Erlebnismedium.

#### Kinder- und Jugendliteratur in medialen Verbänden

Kinder- und Jugendbücher werden gleichwohl immer noch verkauft, erreichen in Deutschland nach wie vor Anteile um 7 Prozent am gesamten Buchhandelsumsatz. Allerdings haben sich Jugendbuchmarkt und -nutzung - wie bereits ausgeführt - seit etlichen Jahren verändert. Buchtitel, die sich durch ihre vielfältige Medienpräsenz praktisch von selbst bewerben, dominieren zunehmend den Kinder- und Jugendbuchabsatz, vorrangig auf allen Nichtbuchhandelsschienen. Bei allen großen Verlagen sind im

Regelfall diejenigen Kinderbücher am erfolgreichsten, die in Verbänden mit anderen Medien vermarktet werden. Diese multimediale Verwertung weitet sich zudem immer mehr aus. Spezialisierte Merchandising-Agenturen übernehmen von Verlagen, Autoren, Filmproduzenten die Urheberrechte, verkaufen Reproduktionsrechte an Jugendbuchverlage, Comic- oder Spielzeughersteller.

Kinder- und Jugendliche wollen alle Medien nutzen. Für sie ist heute ein Buch nicht mehr und nicht weniger als ein Medium unter vielen anderen, Teil einer multimedial strukturierten Kinderkultur, die sich zudem immer enger mit der gesamten Popularkultur verzahnt. Sieben Millionen junge wie ältere Zuschauer sehen täglich die TV-Serie "Gute Zeiten, schlechte Zeiten", 500.000 Mädchen kaufen monatlich die offizielle Zeitschrift zur Serie, einige 100.000 von ihnen kaufen im Halbjahr mehrere GZSZ-Bücher.

Für die Medienmultis entwickeln mittlerweile hochspezialisierte Marketingtechniker umfassende, übernationale Strategien zur raschen Vermittlung eines Produktverbundes an ein - vorwiegend jugendliches - Publikum. Ausgangsmedium für globale Verbunderfolge sind bislang meist international erfolgreiche Spielfilme oder TV-Serien. Von dem 1999 neu angelaufenem ersten Teil des Science Fiction Film-Zyklus "Krieg der Sterne" erwarten die Produzenten aus den Nebenrechten, aus der Vermarktung in Büchern, Zeitschriften, Comics, Tonträgern, CD-ROMs, Computerspielen weit höhere Einnahmen als aus den Einspielergebnissen des Filmes selbst.

Die Disney Company dürfte in der multimedialen Verwertung von Figuren und Stoffen weltweit von niemandem übertroffen werden. Auch wenn die Attraktivität von Disney-Stoffen gegenwärtig in Deutschland in allen Medien rückläufig ist, so haben bislang die alljährlich in der Vorweihnachtszeit anlaufenden Disney-Animationsfilme oft die meisten Besucher ins Kino locken können (alle Filme erreichten 6 bis 10 Millionen Zuschauer). Von Video-Kassetten mit Disney-Erfolgsfilmen werden bis zu fünf Millionen Stück innerhalb eines Jahres verkauft. Von den Disney-Classics bringt Schneider Verlag Erstauflagen zwischen 50.000 und 100.000 Büchern heraus, von den aktuellen Disney-Titeln im Verbund mit den Weihnachtsfilmen verkauft der Verlag jeweils mehr als 300.000 Exemplare.

#### Veränderte Formen und Funktionen der Lektüre

Offenkundig haben die traditionellen Funktionen der Kinder- und Jugendliteratur an Bedeutung verloren. Hilfestellung bei der Auseinandersetzung mit der Umwelt wie bei der Erweiterung ihrer Weltsicht erhalten Kinder vorrangig aus den elektronischen und audiovisuellen Medien. Den intellektuellen Diskurs, Belehrung zu ethischen oder sozialen Problemstellungen erwartet allenfalls ein sehr kleiner Kreis junger Leser von belletristischer Lektüre.

Im Kontext einer immer stärker von Bildmedien geprägten gesellschaftlichen Kommunikation sollten auch Literaturwissenschaftler und Pädagogen bisherige Definitionen von Lesekultur infrage stellen. Die Literaturgesellschaft am Ende des 20. Jahrhunderts läßt sich nicht mehr mit literarischen Idealen der bürgerlichen Literatur des 19. Jahrhunderts konstituieren, wie es 1998 die Wochenzeitung DIE ZEIT mit ihrer Debatte über den für deutsche Schüler verbindlichen literarischen Kanon versucht hat. Im Ensemble der von Kindern genutzten Medien nehmen Bücher eine nachrangige Stellung ein.

Die eindringlichen, die prägenden Medienereignisse realisieren sich in Hollywood-Filmen oder Fernsehserien, durch Auftritte von Kult-Stars, von Hollywood-Ikonen, TV-Serien-Darstellern oder Boygroups. Diese Medienereignisse finden in anderen Medien ihre Widerspiegelung, im Internet, auf Web-Seiten von Firmen oder Fans, aber auch in den Printmedien, in Form von literarischen Adap-

tionen, als illustrierte Filmbücher, als (echte oder vorgebliche) Nonfiction-Literatur, die über Hintergründe und Biographien informiert.

Das IfaK-Forschungsprojekt zu Film- und Fernsehbegleitbüchern hat belegt, dass gegenwärtig 45% der befragten Kinder- und Jugendlichen diese Art von Literatur lesen. Das heißt, ein sehr großer Anteil, nämlich 80% der Jugendlichen, die überhaupt erzählende Literatur lesen, liest auch oder vorrangig Medienverbundliteratur, bei den 12- und 13jährigen liegt der Anteil sogar noch höher. Obwohl sich deutlich mehr Mädchen für erzählende Literatur interessieren, liegt ihr Anteil bei der Lektüre von Film- und Fernsehbüchern insgesamt nicht erkennbar höher. Jungen dürften aber andere Themen oder Genres präferieren (z.B. `Akte XA-Bücher).

Ausschlaggebend für das Interesse an der literarischen Adaption ist die von der Originaldarbietung im Ausgangsmedium ausgehende Faszination, ist die Attraktivität eines Hollywoodfilms oder einer täglich ausgestrahlten TV-Serie. Das Interesse der jugendlichen Zuschauer gilt vor allem den - überwiegend jugendlichen - Stars. So schauen sich z.B. 90 Prozent der Leserinnen von TV-Begleitbüchern zur Serie `Gute Zeiten, schlechte Zeiten` diese Serie regelmäßig, z.T. täglich im Fernsehen an, weil `die Stars toll sind`. Für über 70 Prozent ist die TV-Serie Anlaß und Inhalt von Gesprächen mit der Freundin, für über 50 Prozent Thema von Gesprächen in der Schule, spielt also eine wichtige Rolle im Alltag.

#### Lektüre von Büchern zur Fernsehserie `Gute Zeiten, schlechte Zeiten`

7 Prozent der im IfaK-Projekt befragten Jugendlichen lesen GZSZ-Bücher, ein auf den ersten Blick vielleicht kein sehr hoher Anteil. Bei der Kernzielgruppe, den 12- und 13jährigen Mädchen ist die Interessenlage eindeutiger: von ihnen lesen 15 Prozent GZSZ-Bücher gelegentlich oder regelmäßig. (Der Anteil männlicher Leser fällt, wie zu erwarten war, deutlich niedriger aus. Er liegt bei einem Prozent des Gesamtpanels.)

Diese Zahlen bedürfen der Relativierung. Gegenwärtig liegen keine aktuellen, repräsentativen Untersuchungen dazu vor, welche Bücher, welche Autoren Kinder und Jugendliche innerhalb eines bestimmten Zeitraumes tatsächlich gelesen haben (weder in der einschlägigen Fachliteratur, noch in den Materialien der Stiftung Lesen oder bei der Abteilung Buchmarktforschung des Börsenvereins). Die Buchmarktanalysen der GfK geben lediglich Auskunft über die an Privathaushalte meistverkauften Titel, nicht aber über tatsächlich erfolgte Lektüre. Auch andere Bestsellerlisten helfen wenig weiter, zumal die von Kindern meistgelesenen Titel nicht ausschließlich als Jugendliteratur rubrizierbar sind (1998 z.B. das `Titanic`-Buch von BSV).

Wir wissen aus allen neueren Untersuchungen, dass die Lektüre- und Medieninteressen heutiger Kinder und Jugendlicher außerordentlich vielfältig sind, dass diese Interessen immer weiter segmentiert werden. Bei verschiedenen Befragungen in den vergangenen Jahren, bei denen nach dem aktuellen Lieblingsbuch, den aktuell gelesenen oder den zuletzt gelesenen Büchern gefragt worden ist, waren es allenfalls Enid Blyton, Astrid Lindgren, Erich Kästner und

Michael Ende, die innerhalb eines überschaubaren Zeitraumes tatsächlich von bis zu 10% der Kinder gelesen worden waren.<sup>14</sup> Bei den von ihnen genannten Buchserien erreichen die „klassischen“ Trivialserien „TKKGA“ und „Die drei ???“ noch eine ähnliche Häufung. Alle anderen, auch die bekannten, die klassischen oder die ansonsten bestverkauften Autoren werden von maximal zwei bis drei Prozent der Kinder als tatsächlich und aktuell gelesene Autoren genannt.

Man kann daher davon ausgehen, dass es nur wenige Bücher, Buchserien oder Autoren gibt, die aktuell von mehr als 5 Prozent oder gar 10 Prozent der Altersgruppe der 10- bis 16jährigen tatsächlich rezipiert werden. Die GZSZ-Titel werden nach der IfaK-Trendbefragung von 7 Prozent dieser Gruppe gelesen; bei den 12- bis 13jährigen Mädchen sind es sogar 15 Prozent. Die GZSZ-Bücher haben damit innerhalb weniger Jahre nach ihrem Marktauftritt bei ihrer Zielgruppe eine Popularität erreicht, die deutlich höher liegt als die der anspruchsvollen Jugendliteratur; also jener Literatur, die von Pädagogen, Vermittlern oder den Feuilletons beinahe ausschließlich beachtet und diskutiert wird. Die Begleitbücher zur TV-Serie GZSZ haben aktuell im Jugendalltag einen ebenso hohen Stellenwert wie Blyton-Serien oder „TKKGA“-Bücher, sie substituieren für einen Teil der Leserinnen die „klassischen“ Trivialreihen. Sie werden in der Kernzielgruppe (Mädchen zwischen 10 und 14 Jahren) allenfalls von wenigen unterhaltungsorientierten Autoren wie Stephen King oder von Klassikern wie Lindgren, Kästner oder Ende in der Lektürehäufigkeit übertroffen.

Aus dem Interesse an einem oder mehreren Stars und den TV-Episoden, in denen diese im Zentrum der Handlung stehen, leitet sich die Hauptlesemotivation her: 73% der Befragten lesen ein GZSZ-Buch, weil sie Fan der Serie sind und alles darüber lesen wollen. Und knapp 60% lesen, weil sie sich besonders für die Hauptperson des Buches interessieren. Die zentrale Motivation zur Lektüre von GZSZ-Büchern wird durch das Verhalten als Fan begründet.

Die TV-Serie wie die Begleitbücher betonen Emotionalität, das unterscheidet sich nicht von der gängigen Unterhaltungsliteratur für Mädchen und entspricht offenkundig den Wünschen der GZSZ-Buchleserinnen, für die in den Büchern der Themenbereich „Freundschaft und Liebe“ an erster Stelle steht. Die GZSZ-Bücher bieten ihren Leserinnen - ebenso wie die TV-Serie - affektive Ansprache, Unterhaltung und Zeitvertreib, Stars als Vorbilder und Identifikationsfiguren sowie Modelle für Problemlösungen. Einen besonderen Vorteil sehen 60 Prozent der Befragten darin, dass sie durch die Lektüre die Gespräche und Probleme der Stars besser verstehen können als beim Fernsehen. Für jeweils 55 Prozent wird die Phantasietätigkeit anders stimuliert, sie können sich besser in Figuren hineinversetzen oder sich selbst Geschichten weiter ausmalen.

### Perspektiven der Leseförderung

Formen und Funktionen des Lesens werden sich im gegenwärtig beginnenden Informationszeitalter weiter verändern. Die Fähigkeit jedoch, Texte sinnentnehmend lesen zu können, dürfte zukünftig eher noch wichtiger sein als heute. Nach Auffassung amerikanischer Kommunikationswissenschaftler wird das „Bildschirmlesen“ zunehmend das Lesen von Büchern ersetzen. Surfen in den Netzen, die Nutzung von Multimedia-Anwendungen Offline wie Online setzt Lese- und Schreibkompetenzen

voraus.

Die Attraktivität eines Filmstoffes oder einer TV-Serie kann so hoch sein, dass Kinder und Jugendliche, die ansonsten nicht zum Lesen von Büchern zu motivieren sind, Nichtleser und Wenigleser, auf Nacherzählungen von Serienfolgen, von Filmen oder auf Fan-Bücher zugreifen. Das läßt sich seit längerem in Bibliotheken wie im Sortimentsbuchhandel beobachten. Die ausschlaggebende Lesemotivation liegt - wie Untersuchungen des IfaK belegen - im Fanverhalten begründet.

Film- und Fernsehbücher erleichtern zudem für Leseungübte den Lektüreprozeß, weil sie Bilder, Szenarien und Figuren benutzen, die durch die Kenntnis der jeweiligen TV-Serie im Kopf des Rezipienten bereits vorhanden, bereits visualisiert sind. Bei anderen, besonders bei komplexen oder eher abstrakten Texten muß die Schrift erst im Kopf decodiert, entschlüsselt und in Bilder umgesetzt werden. TV-Serienbegleitbücher können also den Rezeptionsprozeß so stark erleichtern, dass sich für Nicht- wie Wenigleser dadurch zumindest zeitweilig ein Zugang zum Medium Buch herstellt.

Die Stimulation der Leserphantasie verläuft bei Film- und Fernsehbüchern strukturell anders als bei originär erzählten, vorlagenfreien Texten, sie unterscheidet sich aber letztlich nicht qualitativ von der Anregung der Phantasie durch andere Formen von Literatur. Befragungen von Leserinnen haben zudem gezeigt, dass auch trivialste Formen von Literatur, die in medialen Verbänden wie gängige Konsumartikel vermarktet werden, für die Zielgruppen mehr bedeuten können als der mit der Lektüre verbundene Zeitvertreib. So bietet die Serie ihren Leserinnen wichtige Orientierungs- und Informationsfunktionen für den Alltag, vermittelt Werte und Normen, bereitet auf das Leben als Erwachsener vor. Sie befriedigt ferner Bedürfnisse nach gelungener Kommunikation, nach einem gewaltfreien, harmonischen, konfliktarmen Zusammenleben. Die Buchlektüre erfolgt auf der Grundlage dieser Erwartungen, die idealisierten Stars fungieren als Garanten dieser Wunschvorstellungen.

Für Leseungübte gleichermaßen wie für Vielleser liegt ein besondere Reiz, eine spezifische Gratifikation darin, dass sie durch die Lektüre ein ihnen angenehmes Film- oder Fernseherlebnis nochmals nachvollziehen können. Im Lektüreprozeß können sie im Nacherleben der Geschichte diese durch eigenen Phantasietätigkeit (z.B. Ausmalen, Weiterträumen) ausgestalten, umformen oder erweitern, sie können sich selbst einbeziehen oder in Interaktion zu bewunderten oder geliebten Figuren bzw. Schauspielern treten.

Für Geschichten in den filmischen (insbesondere auch in digitalen und interaktiven) Medien ist immer häufiger nicht mehr der lineare Ablauf von Belang, sondern die Situation, die Sequenz, das Punktuelle. Inhalt und Abfolge der Handlung sind weniger wichtig als die formalen Elemente. Die Zuschauer bekommen eine Hochspannungsdramaturgie (kurze Spannungsbögen, schnelle Schnitte, zahlreiche Spannungshöhepunkte) geboten. Die literarischen Adaptionen von TV-Serien übernehmen häufig die Hochspannungsdramaturgie ihrer Mediovorlagen, bedienen damit Rezeptionsgewohnheiten und Leserwartungen.

Wenn Bücher als Teil medialer Verbände produziert werden, können bei Kindern zusätzlich über andere Medien des Verbundes verschiedene Sinnesreize angesprochen werden. Die Lektüre des

Filmbuches vom "König der Löwen" kann begleitet sein vom gleichzeitigen Hören der Filmsongs auf MC oder CD, durch das Kuscheln mit dem Spielzeug-Plüschlöwen oder das Schlecken von Löwensüßigkeiten. Durch die Bündelung von Reizempfindungen läßt sich auch der Spaß am Buch, das Genußempfinden bei der Lektüre steigern.

Hier liegen Chancen und Anknüpfungspunkte, die bislang gar nicht oder nur im Ausnahmefall für Leseförderungsarbeit genutzt werden. Von diesen veränderten Wertigkeiten haben Lehrer, Bibliothekarinnen, Verleger, Buchhändlerinnen oder Literaturwissenschaftler heute auszugehen, wenn sie Bindungen an das Medium Buch fördern wollen.

Lesekompetenzen können wir in der multimedialen Welt jungen Menschen aber nur dann erfolgreich vermitteln, wenn wir ihnen Zugänge zu den Texten schaffen, die für sie attraktiv sind, in welchem Medium auch immer, mit welcher Komplexität auch immer. Wir werden und damit abzufinden haben, dass soziokulturelle Differenzierungen weiter zunehmen, dass also nur ein Teil der Kinder von der wachsenden Medienvielfalt kognitiv und wissensmäßig profitiert, dass aber eine große Gruppe von ihnen die neuen Medien ausschließlich zur Unterhaltung nutzen wird.

Von diesen veränderten Wertigkeiten haben aber Lehrer, Bibliothekarinnen, Verleger, Buchhändlerinnen oder Literaturwissenschaftler heute auszugehen, wenn sie Bindungen an das Medium Buch fördern wollen.

Anmerkungen:

---

1. Zur Marktentwicklung von Kinder- und Jugendbüchern im Medienverbund vgl. u.a. Horst Heidtmann: `Der Medienverbund: Das Buch zum FilmA, in: Börsenblatt H. 75, 1994, S. 64-70; oder die Tagungsberichte zum Schwerpunktthema `Kinder- und Jugendliteratur im MedienverbundA in: JuLit. Informationen H. 1, 1996, S. 2-33.

2. Zum Stellenwert von Lektüre sowie den Leseinteressen Jugendlicher in der 50er Jahren vgl. u.a. Helmut Biskamp: `Was liest die Jugend der Großstadt?A, in: Jugendschriften-Warte H. 1, 1957, S. 1-3; und Hans Bödecker: `Das Leseinteresse JugendlicherA, in: Jugendschriften-Warte, H. 3, 1957 und nachfolgende.

3. Als aktuelle, zusammenfassende Einführung vgl. Erich Schön: `Geschichte des LesensA, in: Bodo Franzmann u.a. (Hrsg.): Handbuch Lesen, München 1999, S. 1-85.

4. Vgl. Horst Heidtmann: `NachwortA, in: Deutsche Volksbücher. Edition Deutsche Bibliothek, München 1986, S. 523.

5. Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM \_98. Jugend, Information, (Multi)Media. Basisuntersuchungen zum Medienumgang 12- bis 19jähriger in Deutschland, Baden-Baden 1998; sowie die für 1999 in einer SPIEGEL-Titelstory zur Computernutzung von Kindern zusammengefassten Daten von Harro Albrecht u.a.: `Kevin ist total beklobbtA, in: DER SPIEGEL H. 42, S. 290-301.

- 
6. Für 1997 hat das `Bulletin Jugend & LiteraturA einen Gesamtumsatz von Kinder- und Jugendzeitschriften inkl. Kindercomics in Höhe von über einer Milliarde Mark (zu Endverbraucherpreisen) ermittelt. Vgl. Heike Leuschner/Susanne Sölter: `Was raschelt da im Blätterwald?A, in: Bulletin H. 7, 1998, S. 15-21.
  7. `Vorwärts in die Barbarei? (Jugend und Buch)A, in: DER SPIEGEL H. 41, 1998, S. 272-277.
  8. Vgl. Anke Finkbeiner: `Zur Bedeutung des Hörspiels im Medienalltag von KindernA, in: Beiträge Jugendliteratur und Medien H. 2, 1997, S. 66-81.
  9. Die Studie wurde 1995 im Rahmen eines Projektseminars an der Stuttgarter Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen durchgeführt. Insgesamt wurden 160 Kinder im Alter von 4 bis 13 Jahren im Raum Südwestdeutschland befragt. Die Befunde sind damaligen Medientrends und den seinerzeitigen Medienangeboten abhängig, also nicht im Detail, aber in der Tendenz übertragbar. Vgl. Horst Heidtmann: `Die Medienfreunde unserer Kinder. Ergebnisse einer UmfrageA, in: Beiträge Jugendliteratur und Medien H. 4, 1995, S. 194-201.
  10. Vgl. Friederike Harmgarth (Hrsg.): Das Lesebarometer - Lesen und Umgang mit Büchern in Deutschland, Gütersloh 1999.
  11. Untersuchungen zum boomenden Kinderzeitschriftenmarkt und der Hinwendung von Kindern und Jugendlichen zur Zeitschriftenlektüre stehen bislang noch aus.
  12. Vgl. u.a. Martina Gilges: Lesewelten. Geschlechtsspezifische Nutzung von Büchern bei Kindern und Erwachsenen, Bochum 1992.
  13. Das Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen führt seit Ende 1998 mit quantitativen und qualitativen Erhebungen ein mehrstufiges, interdisziplinäres Forschungsprojekt, `Film- und Fernsehbegleitbücher Kinder- und Jugendliteratur im MedienverbundA durch. Erste Zwischenergebnisse des Projektes werden im Sommer 2000 in den Zeitschriften `Buch und BibliothekA (Heft 6,2000) sowie in `medien praktischA (Sonderheft `daily soapsA) publiziert.
  14. Dies haben u.a. auch die Erhebungen von Bettina Hurrelmann und ihren Mitarbeitern im Zusammenhang mit dem Bertelsmann-Forschungsprojekt zur Lesesozialisation ergeben. Vgl. Bettina Hurrelmann u.a.: Leseklima in der Familie. Lesesozialisation Bd. 1. Gütersloh 1993.