

Helmut Größer: Lesen als Bedürfnis. Eine absatzwirtschaftliche Untersuchung der hinter dem Lesen stehenden Bedürfnisstrukturen.- Wiesbaden: Harrassowitz 1986 (Buchwissenschaftliche Beiträge aus dem Deutschen Bucharchiv München, Bd. 16), 110 S., DM 42,-

Eine Rezension der von Helmut Größer vorgelegten - in jeder Hinsicht unzulänglichen - Arbeit wäre nicht der Mühe wert, hätte dies Opusculum nicht Eingang in die ansonsten lobenswerte Reihe 'Buchwissenschaftliche Beiträge' gefunden. Nach der Lektüre dieses Bandes bleibt völlig unverständlich, wie Herausgeber - und ggf. Lektoren - ein dertart gehaltloses Werk in diese Schriftenreihe aufnehmen konnten. Das Bändchen besteht aus einem knapp fünfzig Seiten umfassenden Textteil (Schreibmaschinentyposkript, breiter Rand, unverhältnismäßig häufige Absätze) und - neben Anmerkungen und Literaturverzeichnis - aus einem Anhang, der lediglich Sekundärmaterialien aus gut zugänglichen Quellen enthält. Die als betriebswirtschaftliche Examensarbeit entstandene Untersuchung mag den Ansprüchen an eine Diplomarbeit genügt haben, sieht man sie jedoch im Kontext der bisher vorliegenden Lese- und Buchmarktforschung, erweist sie sich als unzureichend und obendrein überflüssig.

Die Aufgabenstellung der Arbeit, "Bedürfnisstrukturen im Lesemarkt aufzuzeigen" (S. 3), wird nur insofern erfüllt, als bereits hinlänglich bekannte Ergebnisse einschlägiger Studien verknappt referiert werden. Das Kap. 5 - vom Autor als Schwerpunkt der Arbeit gekennzeichnet - umfaßt 17 Seiten, die weitgehend aus einer zusammenfassenden Darstellung der Studien von Infratest-Medienforschung 'Kommunikationsverhalten und Kommunikationsnutzen' (1975) und 'Kommunikationsverhalten und Buch' (1978) sowie der Dissertation von Michael Drabczynski 'Motivation und Buch' (1983) besteht.

Als 'Forschungsergebnis' seiner Sekundäranalyse präsentiert der Autor im Schlußkapitel folgende belanglose Erkenntnis: "Feststellen läßt sich etwa, daß die hinter dem Lesen stehenden Bedürfniskomplexe in die Bereiche 'Unterhaltung' und 'Information' (einschließlich Fortbildung) eingeteilt werden können." (S. 45) Dieser magere Befund erscheint Größer bereits als der Lesermotivationsforschung Weisheit letzter Schluß, denn er versteigt sich zu der Behauptung, daß eine tiefergehende Klassifizierung nicht wünschenswert wäre (vgl. ebd.).

Fazit: Die Arbeit bietet dem in der Fachliteratur einigermaßen kundigen Leser keinerlei neue Aspekte. Die im Titel und Untertitel des Bandes in Aussicht gestellten Ergebnisse werden nicht geliefert. Die Untersuchung erweist sich als eine hurtig zusammengestellte Examensarbeit, die offenbar aufgrund ihres mageren Textteils durch einen unnötigen Anhang aufgebläht wurde und deren inhaltlicher Ertrag als eine quantité négligable zu bewerten ist.

Helmut Volpers