

Jungen lesen anders

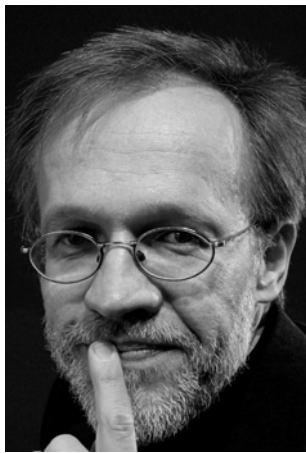
Jörg Sommer über geschlechtsspezifisches Leseverhalten

Aus „Schule im Blickpunkt“ Ausgabe Dezember 2007

Aus dem Jahr 1999 datiert die interessanteste Studie zum Leseverhalten von Jungs, durchgeführt vom Institut für angewandte Kindermedienforschung IfaK¹. Danach lesen rund 55 Prozent aller Jungen im Alter zwischen 10 und 16 Jahren keine erzählende Literatur. Rund acht Jahre später ist die tatsächliche Zahl sogar noch niedriger.

Betrachtet man die Zahl der Jungen, die freiwillig, gerne und regelmäßig lesen, selbstständig Bücher kaufen oder sich gezielt schenken lassen, so liegt die Quote bei unter 20 Prozent. Diese Situation wird in Fachkreisen seit Jahren diskutiert. Zu wirklich erfolgreichen Leseförderprojekten gezielt für Jungs ist es bislang aber noch nicht gekommen. Einige Projekte entwickeln zwar interessante Aspekte der Motivation, beschäftigen sich jedoch meist gar nicht oder nur sehr oberflächlich mit den Inhalten.

Um Jungs zu Lesern zu entwickeln, muss man zunächst einmal präzise ermitteln, was Jungs lesen wollen. Und das ist in der Regel etwas völlig anderes, als das, was Mädchen lesen:



Jungs sind nicht gleich Jungs

Das ist mehr als eine Binsenweisheit. Natürlich gibt es signifikante Gemeinsamkeiten, einige wissenschaftlich belegte Fakten und eine Menge Vorurteile. So klaffen Lesekompetenz und -vorlieben bei Hauptschülern und Gymnasiasten enorm auseinander. Andererseits sind jedoch die beliebtesten Genres quer durch alle Schichten nach wie vor Fantasy und Crime. Hinzu kommt ein anderer Aspekt der Inhomogenität: Die Interessen von Jungs variieren enorm je nach sozialem Umfeld, in dem sie sich just in diesem Moment bewegen. So berichtet der Buchhändler und Publizist Matthias Mayer: „Je nachdem, ob so ein junger Mann alleine in den Laden kommt oder mit seiner Mutter oder mit seinen Kumpels, schaut er nach ganz anderen Büchern. Wenn der alleine in den Laden kommt, dann ist er dankbar für jeden erwachsenen Schund, solange er eines nicht ist: langweilig. Ich habe 13jährige Kunden, die bei mir Dan Brown, Douglas Preston, Stephen King und Michael Crichton kaufen und verschlingen.“

Jungs wollen keine Loser sein

Jungs sind stark, cool und Siegertypen. Oder sie wären es gerne. Was sie nicht sein wollen – egal ob, wie und was sie lesen: Loser. Wie also reagiert ein Junge, dem

¹ vgl. „Was lesen die Jungen?“ - Zusammenfassung der Ergebnisse von Untersuchungen und Erhebungen des IfaK - Stand April, Institut für angewandte Kindermedienforschung (IfaK), Hochschule der Medien - FH Stuttgart

man ein Buch vorsetzt, das schon auf dem Umschlag als leseunfähigtauglich präsentiert wird, das mit großer Schrift, viel Bildern, wenig Text wirbt, dessen Positionierung im Buchhandel unübersehbar signalisiert: Speziell für Loser? Eines wird er gewiss nicht tun: Es lesen.

Natürlich wollen Jungs keine Bücher, die sie überfordern. Keine langweiligen, dicken Problemschinken. Aber eines wollen sie noch viel weniger: Bücher „light“. Ein Buch für Jungs muss so aussehen, sich so anfühlen und auch so präsentiert werden wie echter Stoff für echte Kerle. Wenn ein echter Kerl die

Wahl zwischen einem Dreirad und einer Harley hat, dann weiß er was er wählt. Auch wenn er erst 12 ist und mit der Harley nicht mal aus der Garage kommt.

Jungs wollen weg

Karl May, Friedrich Gerstäcker, Jules Verne, Robert L. Stevenson – ihre erfolgreichsten Bücher haben eines gemeinsam: Die Schauplätze sind weit, weit weg. Auch wenn ihre Helden im heimatlichen Alltag starten, ihre Reise führt sie in ferne Länder und Kulturen, zu wildfremden Menschen und übermenschlichen Abenteuern.

Jungen bevorzugen – auch heute noch – eskapistische Literatur. Dabei geht es nur zum Teil um die vorübergehende Flucht aus einem als bedrückend und langweilig empfundenen Alltag. Vor allem geht es um den klassischen „Ruf des Abenteurers“, um die nichtalltägliche Herausforderung als Werte- und Zielparadigma.

Jungs wollen von Männern lesen

Natürlich interessieren sich Jungs für Mädchen. Aber nicht in Büchern, schon gar nicht als Vorbilder. Wer schon in der Realität jeden Tag aufs Neue versucht, mit dem anderen Geschlecht irgendwie halbwegs klar zu kommen, der hat in seiner Freizeit Besseres zu tun, als sich von weiblichen Helden zeigen zu lassen, wie echte Kerle die Welt zu retten haben.

Jungs wollen ihre Wertvorstellungen weder von Müttern, noch von Mädchen oder weinerlichen Weicheiern übernehmen. Sie wollen von Männern lesen. Von echten Kerlen, oder zumindest von Jungs, die halbwegs erfolgreich versuchen, sich wie echte Kerle zu verhalten: Stur, moralisch, kompromisslos, mit einer dicken Portion Mumm, mindestens entsprechendem Selbstbewusstsein und vor allem: Cool! So cool, dass einem beim Lesen die Adern gefrieren.

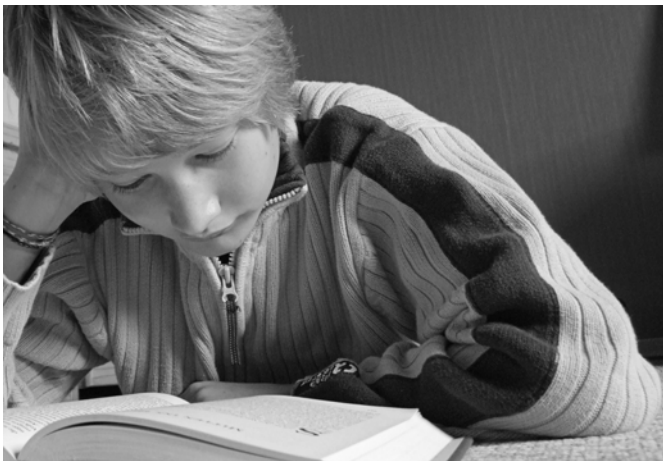
Protagonisten in Jungenbüchern sind keine gebrochenen Persönlichkeiten. Sie haben ihre Widersprüche. Aber sie bekommen sie in den Griff. Und vor allem: Helden in Jungenbüchern sind für die Lösung zuständig, nicht für das Problem. Jugendliteratur ist nicht Problemliteratur, sondern Lösungsliteratur.

Jungs wollen ihre Helden bewundern, nicht lieben

Old Shatterhand findet einen Blutsbruder, indem er ihm einen Knock-out versetzt, Artemis Fowl ist eigentlich ein Dieb, die wilden Fußballerle scheren sich einen Dreck um Schule, Charme und saubere Fingernägel, Locke Lamorra ist ein notorischer Lügner, Eragon ein zunächst recht hedonistischer Jüngling, Alex Rider ist zu jedem Abenteuer bereit, Hauptsache er muss nicht in die Schule.

All diese aktuellen Jungenhelden haben Dynamik, Charakter, eigene Moralvorstellungen, auch Ängste und Sorgen, alle entwickeln sich zu wahren Helden, die in den entscheidenden Momenten Charakter offenbaren – aber eines sind sie nicht: lieb. Jungs wollen ihre Helden nicht lieben (anders übrigens als viele Mädchen). Jungs finden ihre Helden nicht „süß“. Sie bewundern sie. Sie wollen ihnen nacheifern.

Mädchen wollen am liebsten die Freundinnen ihrer Protagonisten sein – Jungs wollen deren Rolle einnehmen.



Jungs wollen Kino im Kopf

Jungs erleben visueller als Mädchen, sie legen mehr Wert auf klassische Dramaturgie, auf schnelle Handlung, keine Monologe und gradlinige Handlungsstränge, auf Handeln statt Erleiden, auf Aktion statt Reflexion – kurz: Auf Kino im Kopf.

Ob Wenig- oder Vielleser: Immer steht der Wunsch nach selbst erlebtem Abenteuer im Vordergrund. Entsprechend müssen Jungenbücher konzipiert sein: Wie ein Breitwandepos, nicht wie eine Hausfrauensoap. Wenn es kracht, muss es richtig krachen. Wenn es einen Konflikt gibt, muss es ein richtiger Konflikt sein. Wenn es einen Sieg gibt, muss es ein Triumph sein.

Jungs wollen Fast Food

Die wesentlichen Erfolgsfaktoren der großen Burgerbraterei mit dem dicken M: leicht zu beißen, leicht zu schlucken und immer noch Lust auf mehr. Dieses Prinzip gilt auch für Jungenbücher. Auch hochwertige Kost wird leichter genossen, wenn sie entsprechend aufbereitet serviert wird.

Für Jungenbücher heißt das – auch unter Berücksichtigung des „Kino im Kopfs“: Eindeutig szenische

Handlung, minimale Rückblenden, kurze Kapitel, Klassische (Kino-)szenenkonstruktion: In jeder Szene ein Konflikt, in jeder Szene treibt die Handlung weiter. Denn:

Jungs wollen kein Geschwafel

Jungs in jedem Alter haben eine Menge schlechter Eigenschaften, ihre Helden auch. Eine gehört nie dazu: Geschwätzigkeit. Seitenlange innere Monologe? Bäh. Endlosdebatten mit den Kumpels? Igitt. Lange Referate über Recht und Unrecht, Sitte und Moral? Pfui! Oder gar über Gefühle? Nicht mal in höchster Verzweiflung. Jungen sprechen eine völlig andere Sprache als Mädchen. Jungs meinen immer, was sie sagen – allerdings sagen sie selten, was sie meinen. Sie zeigen es lieber.

Diese Unterschiede in Wortwahl, Diktion und Tonalität finden in 95% aller Jugendbücher nicht statt. Da sprechen Jungen so wie Mädchen – und beide so wie der jeweilige Autor.

Jungs wollen gleich zur Sache kommen

Es klingt hart, aber es ist Fakt: Für die Lesemotivation von Jungen haben laut mehrerer Studien² die ersten 5 bis 10 Seiten eines Erzähltextes eine zentrale Bedeutung.

Beginnt eine Geschichte nicht sofort mit einer spannenden Situation, lesen viele Jungen nicht mehr weiter. Sofort heißt auf der ersten Seite. Jungs geben keinen Vorschuss. Sie erwarten, dass ihre Helden Leistung zeigen – von der ersten bis zur letzten Seite.

Jungs wollen Dramatik

Bücher für Jungs müssen dramatisch sein, also maximale Spannung mit extremen Charakteren kombinieren. Extreme Charaktere sind durchaus nicht eindimensional, haben ihre Widersprüche, aber sie sind dennoch ausgeprägt. Helden erbringen in der Tat übermenschliche Leistungen, Antagonisten sind wirklich Böse. Sie genießen ihre Rolle. Während die Helden, natürlich, leiden.

Jungs wollen Spannung und Entspannung

Jungs wollen Spannung – aber sie lesen nur dann, wenn sie auch ein Gefühl der Entspannung haben. Wenn die Geschichte weder sperrig noch verwirrend ist

² Die wichtigsten Publikationen zu diesem Thema: Artelt, Cordula [et al] (Hrsg.): Pisa 2000. Zusammenfassung zentraler Befunde,

Berlin: Max-Planck-Institut für Bildungsforschung, 2001

Bischof, Ulrike [et al]: „Lesen Jungen ander(e)s als Mädchen?“, in: medien praktisch 3, 2002, 27-31

Müller-Walde, Katrin: Warum Jungen nicht mehr lesen und wie wir das ändern können, Frankfurt/New York: Campus, 2005

Gilges, Martina: Lesewelten. Geschlechtsspezifische Nutzung von Büchern bei Kindern und Erwachsenen, Bochum 1992.

KIM '99. Kinder und Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13jähriger in Deutschland, hg. vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest, Baden-Baden 2000.

Kübler, Hans-Dieter: „Mann und Buch - ein Widerspruch? Erkenntnisse aus der Leseforschung über ein weithin unbeachtetes Thema“, in: Buch und Bibliothek, H. 7/8, 1999, S. 468-475

– und wenn sie nicht zu viele Assoziationen mit ihrer eigenen Realität liefert. Übrigens erwarten viele Mädchen exakt das Gegenteil, hier ist der Bezug zum eigenen Lebensumfeld häufig durchaus erwünscht.

Jungs wollen Action und Moral

Bei aller Spannung und vorwärtstreibender Handlung erwarten Jungs von ihren Helden durchaus Moral.

Die Zeiten moralinsauren Edelmenschentums im Stile Winnetous oder der drei Musketiere sind zwar vorbei. Moderne Jungenhelden können Diebe, Lügner, dreiste Betrüger oder rücksichtslose Abenteurer sein – aber sie haben immer einen eigenen – manchmal auch eigenartigen – Moralkodex.

Jungs erwarten durchaus Botschaften in ihren Abenteuern, diese allerdings klar, in sich schlüssig und vor allem: praktikabel. Moral in Jungenbüchern ist Lösungsorientiert – auch wenn die Lösung im persönlichen Scheitern gipfelt.

Jungs wollen wissen, was auf sie zukommt

Jungs bevorzugen weit mehr als Mädchen „Bewährtes“. Einem einmal favorisierten Genre bleiben sie oft über lange Zeit hinweg treu. Genreübergreifende Bücher und Reihen haben wenig Chancen.

Meist findet im Alter zwischen 10 und 14 Jahren ein einziger Genrewechsel statt. Seit Jahren kristallisiert sich immer mehr folgende typische Genrefolge heraus:

Jüngere bis ca. 12 Jahren favorisieren Krimis wie Kommissar Kugelblitz, Drei Fragezeichen, TKKG. Einige bleiben durchgehend bei diesem Genre, viele steigen ganz aus. Einige steigen ab ca. 14 Jahren auf Erwachsenen-Thriller amerikanischer Erfolgsautoren um.

Die meisten Jungs aber entdecken – auch über das Medium Computerspiele – schließlich das Fantasy-Genre für sich. Egal ob Kino, Computer oder Bücher: Fantasy ist in all seinen Spielarten Thema Nummer 1. Dabei ist folgendes Phänomen zu beobachten: Krimileser sind durchaus auch bereit, hin und wieder Fantasy zu lesen, wenn es sich um aktuell im Fokus der Altersgruppe liegende Titel handelt (Harry Potter, Eragon, Narnia). Umgekehrt sind die Fantasy-Leser meist konsequent genretreu und für „Ausflüge“ kaum zu gewinnen.

Jungs wollen Marken

Frauen konsumieren preisbewusst, Männer markenbewusst. Dies gilt ganz ähnlich auch für Mädchen und Jungs. Beim Thema Mode ist für Mädchen wichtig, dass die Klamotten „gut aussehen“, Jungs ist wichtig, dass sie die angesagte Marke tragen – Optik oder gar Sauberkeit sind Nebensache.

Dies gilt ganz mit etwas anderen Ausprägungen auch im Jugendbuch. Wenn Mädchen z. B. gerne Pferdebücher

lesen, suchen sie nach entsprechenden Titeln Verlags-, Autoren- und Reihenübergreifend. Ein männlicher Krimifan hält sich jahrelang an die blauen TKKG-, die roten Knickerbocker- oder die schwarzen Drei-Fragezeichen-Bände. Nur wenn es hier nichts Neues mehr zu entdecken gibt, wird eventuell auf eine andere Serie zurückgegriffen. Dieser Ausflug bleibt dann entweder einmalig – oder wird zur Entdeckung einer neuen „Marke“.

Deshalb funktionieren Serien auch bei Jungs weitaus besser als bei Mädchen – dahinter steckt die „Markentreue“.

Jungs wollen keine Bevormundung

Gerade bei Jungs ist das Auseinanderklaffen der Vorlieben und Interessen zwischen ihnen und den Erwachsenen extrem ausgeprägt.

Mädchen versuchen eher, Rollenerwartungen zu entsprechen. Jungs wollen alles, nur das nicht! Mädchen sehen sich – mehr oder weniger bereitwillig – vorgeschlagene Lektüre zumindest einmal an, blättern darin und finden so manchmal Zugang zu neuen Themen, Reihen und Autoren. Jungs versenken derartige Versuche konsequent im Regal.

Ähnliches beobachten Deutschlehrer im Unterricht: Klassenlektüre wird seit Generationen nur von einem Bruchteil der Schüler wirklich gelesen. Eine Umfrage der Gesellschaft für Jugend- und Sozialforschung unter 1.200 Gymnasiasten ergab: Nur 30% der Mädchen hatten die Lektüre vollständig gelesen. Bei den Jungs waren es nicht einmal 5 Prozent! Dazu kommt, dass die Mehrheit der Jungs offensichtlich stolz auf diese „Nicht“-Leistung war. Jungs, die übrigens in der Hälfte der Fälle durchaus regelmäßig und gerne lesen. Allerdings wollen sie dabei vor allem eines: Spannung. Sie wollen eines vor allem nicht:

Jungs wollen nicht, was sie wollen sollen

Jungs wollen nichts empfohlen bekommen. Sie wollen entdecken. Genau hier liegt ein wesentlicher Stolperstein für viele Leseförderprojekte. Selbst, wenn die Inhalte interessieren, lösen Zwang oder allzu offensichtliches pädagogisches Bemühen instinktive Verweigerung aus.

Jungs kann man nicht zum Lesen zwingen – allerdings kann man sie zum Lesen verführen. Interessante Ideen und Konzepte auf dieser Basis stellt der zweite Teil dieses Beitrages vor, der in der nächsten Ausgabe erscheint.

Jörg Sommer ist Journalist und ein international erfolgreicher Jugendbuchautor, dessen (meist gemeinsam mit seiner Frau Gerit Kopietz verfassten) über 160 Bücher in 29 Ländern erschienen sind.
www.kopietz-sommer.de

Der Vater von vier Kindern ist Elternvertreter am Friedrich-von-Alberti-Gymnasium Bad Friedrichshall
www.fvag.net

