

# Waldemar Jagodziński

---

## Zwischen Wissen und Unterhaltung – das Sachbuch als (nicht nur) literaturwissenschaftliches Phänomen

---

Studia Germanica Gedanensia 21, 231-239

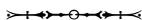
---

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Waldemar Jagodziński



## Zwischen Wissen und Unterhaltung – das Sachbuch als (nicht nur) literaturwissenschaftliches Phänomen

In dem vorliegenden Beitrag unternehme ich den Versuch darzustellen, welche Rolle das Sachbuch in der heutigen Gesellschaft spielt sowie unter welchen Aspekten es bisher erforscht wurde und erforscht werden sollte. Ich gehe auch auf die Frage ein, welchen Stellenwert die Sachbücher in der Wissenschaft besitzen, indem ich folgende Gesichtspunkte berücksichtige: wie die Sachliteratur von den Wissenschaftlern beurteilt wird, worauf diese Beurteilungen beruhen und wie die Wissenschaftler ans Schreiben von Sachbüchern herangehen<sup>1</sup>.

Die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts wird sowohl in wissenschaftlichen Texten<sup>2</sup> als auch in den Massenmedien (sei es im Fernsehen, sei es in Zeitungen

---

<sup>1</sup> Was den letzten Punkt anbelangt, so werde ich mich auf Aussagen von Wissenschaftlern berufen, die sich mit dem Verfassen der Sachbücher beschäftigen und bei denen die Überlegungen zu diesem Thema der Praxis entspringen.

<sup>2</sup> Vgl. u.a. Marc Bovenschulte: „Was ist die Basis der Wissensgesellschaft“ (<http://www.vdivde-it.de/ips/juni2006/1> Stand vom 1.07.2009), Hans-Dieter Kübler: „Mythos-Wissensgesellschaft. Gesellschaftlicher Wandel zwischen Information, Medien und Wissen. Eine Einführung“. Wiesbaden 2005 (insbesondere S. 16–20), Bernd Rüschoff / Dieter Wolff: „Fremdsprachenlernen in der Wissensgesellschaft: zum Einsatz der Neuen Technologien in Schule und Unterricht“. Ismaning 1999 (insbesondere S. 15–21), Martin Schöb: „Humanismus reloaded oder Welche Wissensgesellschaft wollen wir?“ (<http://www.sciencegarden.de/content/2005-07/humanismus-reloaded-oder-welche-wissensgesellschaft-wollen-wir> Stand vom 30.07.2009), Nico Stehr: „Arbeit, Eigentum und Wissen: Zur Theorie von Wissensgesellschaften“. Frankfurt am Main 1994, Christian Wolff: „Die Halbwegszeit der Wissenszweige. Anmerkungen zu einigen ‚Mythen‘ der Wissensgesellschaft“. In: Achim Geisenhanslüke / Hans Rott (Hg.): „Ignoranz. Nichtwissen, Vergessen und Missverstehen in Prozessen kultureller Transformationen“. Bielefeld 2008. Aus diesem ganz kurzen Überblick über die Literatur zum Thema Wissensgesellschaft (sowie aus den anderen unten dargestellten Fußnoten) geht deutlich hervor, dass sich für die Wissensgesellschaft mehrere Wissenschaften interessieren, u.a. Soziologie, Psychologie, Fremdsprachendidaktik.

bzw. Zeitschriften oder im Internet)<sup>3</sup> als Wissensgesellschaft bezeichnet<sup>4</sup>. Eine Gesellschaft also, die (vereinfachend gesagt) danach strebt, ihre Horizonte zu erweitern, um mit jedem Tag immer klüger werden zu können<sup>5</sup>. Da stellt sich aber die Frage, auf welche Art und Weise man sich das Wissen<sup>6</sup>, dem in der Wissensgesellschaft so eine enorm wichtige Rolle zugeschrieben wird, aneignen sollte.

Eine der besten Möglichkeiten wäre, nach einem Fachbuch zu greifen, das von einem oder mehreren Wissenschaftlern geschrieben wurde. Von Autoren also, die ihres Berufs wegen immer auf dem Laufenden sind und sich in den neuesten Forschungsergebnissen bestens auskennen. Die Wissenschaftler scheinen schon deshalb für diese Tätigkeit geeignet zu sein, denn die Forschung bringt jeden Tag neue Ergebnisse ans Licht, die schon morgen wieder als veraltet abgetan werden.

Das alles hört sich sehr gut an, nur dass man auf ein ziemlich nicht unbedeutendes Problem stößt, und zwar auf die Sprache der Fachbücher, die weder mit der Klarheit des Denkens noch mit der Einfachheit im Wort zu tun haben. Gordon Craig, der sich

---

<sup>3</sup> Um den Rahmen des vorliegenden Beitrags nicht zu sprengen, weise ich im Folgenden nur auf ausgewählte Artikel aus einigen meinungsbildenden Zeitungen und Zeitschriften hin, in denen die heutige Gesellschaft als Wissensgesellschaft auftritt: Martin Doerry, Markus Verbeet: „Die hauen mich übers Ohr. Der Wuppertaler Geschichtspräsident Eckhard Freise, 64, der als erster Kandidat in Jauchs Quiz-Show eine Million gewann, über pfuschende Studenten und überlastete Universitäten“. In: „Der Spiegel“, 21/2009 vom 18.05.2009, Wieland Freund: „Held der Wissensgesellschaft“ (<http://www.welt.de/die-welt/article3757955/Held-der-Wissensgesellschaft.html>), Jens Uehlecke: „Die W-Frage“. In: „Zeit Wissen“ 04/2009 vom 3. 06.2009.

<sup>4</sup> Wie es zur Entstehung des Begriffs Wissensgesellschaft kam, erklärt in einem Beitrag Wolfgang Bonß, indem er unter Berufung auf andere Wissenschaftler schreibt: „Zwar sind die meisten entwickelten Gesellschaften des beginnenden 21. Jahrhunderts nach wie vor (und in mancher Hinsicht mehr als früher) durch industrielle Produktionsweisen und kapitalistische Wirtschaftsverfassungen geprägt. Gleichwohl werden wichtige Charakteristika mit diesen Stichworten nicht getroffen, weshalb andere Schlagwörter angeboten werden – zum Teil ergänzend, zum Teil konkurrierend. So wurde Anfang der achtziger Jahre aus der kapitalistischen Industriegesellschaft die (eher als krisenhaft begriffene) ‚Arbeitsgesellschaft‘ (Matthes 1983). Nach der Katastrophe von Tschernobyl erlebte das ganz anders ansetzende Stichwort der ‚Risikogesellschaft‘ (Beck 1986) eine schwindelnde Karriere. Danach und daneben war von ‚Erlebnisgesellschaften‘ (Schulze 1992) die Rede, von ‚Multioptions‘- (Gross 1994), ‚Netzwerk‘- (Castells 1996) und ‚Verantwortungsgesellschaften‘ (Etzioni 1997) sowie nicht zuletzt von ‚Wissens‘-, ‚Informations‘- und ‚Wissenschaftsgesellschaften‘“ (<http://www.wissensgesellschaft.org/themen/risiko/riskanteswissen.html>, Stand vom 31.07.2009).

<sup>5</sup> Martin Heidenreich erwägt in einem Aufsatz, „ob eine Gesellschaft überhaupt durch Wissen definiert werden kann“ und kommt dabei zu dem Schluss, dass doch „keine Gesellschaft ohne Wissen auskommt“ (Heidenreich 2003:26). Dabei bemerkt er, „dass die heutige Gesellschaft sich durch die zunehmende Bedeutung grenzüberschreitender Informations-, Kommunikations-, Waren- und Finanzströme und durch eine zunehmende Innovationsdynamik“ auszeichnet. Weiter konstatiert der Autor: „Diese Besonderheiten der Gegenwartsgesellschaft können durch den Begriff der Wissensgesellschaft erfasst werden“ (S. 26).

<sup>6</sup> An dieser Stelle sei darauf verwiesen, dass die Begriffe ‚Wissen‘ und ‚Information‘ nicht verwechselt werden dürfen, denn, wie Wolfgang Bonß bemerkt, eine Information wird erst in Wissen transponiert, „das im Unterschied zur Information stets bedeutungs-, handlungs- und kontextbezogen ist“ (<http://www.wissensgesellschaft.org/themen/risiko/riskanteswissen.html>, Stand vom 31.01.2009).

als Historiker mit der Geschichte Deutschlands beschäftigt, führt diesen unklaren Stil der Wissenschaft auf Georg Hegel zurück, dessen „Übergewicht, was den Stil des akademischen Vortrags betrifft, in seinen Folgen nur als beklagenswert bezeichnet werden kann“ (Craig 1991:347). Craig bespricht auch diese verhängnisvollen Konsequenzen, indem er feststellt: „Dieser Stil brachte weniger fruchtbare und produktive Geister zu der Ansicht, Kennzeichen von Intellekt seien Abstraktion und Undurchdringlichkeit und er [d.h. Hegel – W.] ist (...) verantwortlich für die noch immer vorherrschende Anschauung, daß ein mühelos lesbares Werk nicht unbedingt ernst genommen zu werden braucht“. Aus diesem eben Grund nahm „der schwerfällige und verschlungene Stil den alten Platz des Lateinischen als Trennlinie zwischen der Welt der Gelehrsamkeit und der Masse des Volkes“ ein (S. 347). Obwohl Hegel vor fast 200 Jahren starb, änderte sich nicht viel an dem wissenschaftlichen Stil, denn, wie Hans Weigel bemerkt, „Professoren lehnen guten Stil als unwissenschaftlich ab. Lesbarkeit ist für sie von Übel“ (Weigel 1988:90). Um dies zu beweisen, erinnert Weigel in einem Essay an seinen Kollegen und dessen Doktorarbeit. Weigel schreibt: „Ich kenne einen jungen Kollegen, der über ein literarisches Thema dissertierte. Als die Dissertation erscheinen sollte, mußte sie umgearbeitet werden. Sie war den Professoren genehm, aber für Zivilisten nicht lesbar“ (S. 90). Der junge

Doktor war sich also dessen bewusst, dass es von Vorteil wäre, die Sprache an die Leser anzupassen. Auch manche erfahrenen Wissenschaftler gehen von der Annahme aus, dass sie von den Leuten bezahlt werden und daher für sie schreiben sollten (worauf ich noch zu sprechen komme). So nähern wir uns dem Sachbuch, einer literarischen Gattung, die in der Wissensgesellschaft von enormer Wichtigkeit ist.

An dieser Stelle wäre es angebracht, sich mit der Definition des Sachbuchs auseinanderzusetzen. Es muss aber angemerkt werden, dass es bisher im literaturwissenschaftlichen Betrieb keine allgemein anerkannte Definition des Sachbuchs gibt. Das mag wohl mit Alexander Demandts, eines bekannten Kulturwissenschaftlers, folgender Feststellung zusammenhängen: „Begriffsbestimmungen beruhen auf Interessen. Definitionen sind Machtakte; es sind Abgrenzungen, die von der Kompetenz und der Position des Definierenden abhängen“ (Demandt 2007:10). Es scheint also so zu sein, als ob sich in der Literaturwissenschaft noch keine anerkannte Persönlichkeit mit dem Begriff Sachbuch auseinandergesetzt hätte<sup>7</sup>. Eines sei jedoch

---

<sup>7</sup> Ich gebrauchte in diesem Satz den Konjunktiv, denn in Wirklichkeit fehlt es nicht an Aufsätzen, in denen Autoren das Sachbuch aus literaturtheoretischer Perspektive beschrieben haben. Hierbei muss jedoch hervorgehoben werden, dass bisher keine Definition existiert, die das Sachbuch in all seinen Aspekten erfassen würde. Erwähnenswert ist in diesem Zusammenhang die Bemerkung von Hahnemann und Oels, die sie in der Einleitung zu dem Sammelband „Sachbuch und populäres Wissen im 20. Jahrhundert“ untergebracht haben. An René Aguigahs Frage anknüpfend, „was ein Sachbuch eigentlich ist“, stellen die Herausgeber fest: „Die gleiche Frage also und immer noch keine rechte Antwort. Bei näherer Betrachtung macht vor allem ein Wörtchen stutzig: Nicht was ein Sachbuch *ist*, wurde und wird gefragt, sondern was ein Sachbuch *eigentlich* ist. Wenn man von etwas vermutet, dass es ‚eigentlich‘ sein könnte, dann liegt es nahe, um die Differenz bestimmen zu können, zunächst zu klären, was es dann ‚uneigentlich‘ ist. Im Falle des Sachbuchs sind die Antworten nach seinem ‚uneigentlichen‘ Dasein in der Regel

in Bezug auf die Definition dieser Gattung festgehalten: die grundlegende Rolle des Sachbuchs besteht in belehrender Unterhaltung – damit sind die meisten Literaturtheoretiker einverstanden. Oder anders ausgedrückt: das Sachbuch sollte auf angenehme Weise Wissen vermitteln. Aus mehreren Gründen ist es leider nicht so leicht, Wissenschaftler fürs Schreiben eines Sachbuchs zu gewinnen. Warum es so ist, erklärte in einem Interview Maja Storch, erfolgreiche Sachbuchautorin und Leiterin des Instituts für Selbstmanagement und Motivation an der Universität Zürich. Als sie gefragt wurde, ob es ihr gefalle, dafür [d.h. für das von ihr verfasste Sachbuch, das gerade erschienen ist – W.J.] Werbung zu machen, über die Kongresse zu tingeln, antwortete sie: „(...) Schon dass Sie „tingeln“ sagen, das hat so etwas Verächtliches, anstatt dass man stolz ist auf sein Produkt. So denken viele Wissenschaftler. Dabei haben sie nur Angst. In der Wissenschaft herrscht ein Klima der Angst. Man schottet sich ab mit einer Geheimsprache, weil man fürchtet, wenn man Theorien auf einfach übersetzt, bleibt nichts übrig als heiße Luft“ (Reinhardt 1998:110). Weiter kritisiert sie die Wissenschaftssprache, indem sie auf die beim Verstehen auftretenden Schwierigkeiten aufmerksam macht. Sie bemerkt nämlich: „Ungeheure Streitigkeiten zwischen psychologischen Lehrmeinungen beruhen einfach darauf, dass zwei Leute für dieselbe Sache verschiedene Begriffe nehmen und nicht bereit sind, sich verständlich zu machen“ (S. 110). Andere Gründe dafür, warum Wissenschaftler sich nur selten ans größere Publikum wenden (sprich: Sachbücher verfassen), nennt Dr. med. Werner Bartens, Arzt, Historiker, Germanist und erfolgreicher Sachbuchautor: „Zum einen ist die Tradition in Deutschland nicht da. Wenn Wissenschaftler berühmt werden wollen, dann planen sie das 500-seitige Fachbuch, mit dem sie quasi die Duftmarke in ihrem Fachbereich setzen, aber sie planen nicht das 120-seitige Buch für jedermann. In der angelsächsischen akademischen Tradition dagegen ist es für einen Professor keine Schande, sondern eine Ehre, zu etwas beizutragen, was dort ‚public understanding of science‘ heißt. Das andere ist, dass man schon eine besondere Idee haben muss, nicht einfach Wissenschaft für Laien übersetzt. So ehrenwert es ist, Wissen zu vermitteln, das geht nicht so, dass man sagt: Ich erkläre euch jetzt einmal die Photosynthese oder wie das mit der Kernfusion so funktioniert. Das reine Faktenwissen, ohne, wie ich es nenne, eine Geschichte dahinter, ohne Idee und ohne Erzählstrang, reicht meines Wissens nach nicht. Das kann man für Schulbücher machen, aber nicht für populäre Sachen“ (S. 84).

Daher kommt es nur sehr selten vor, dass begabte Wissenschaftler Sachbücher verfassen, in denen sie eine klingende Sprache benutzen und sich einleuchtender Bilder bedienen, um ein leserliches, verständliches und dazu noch informatives Buch zu schreiben (Franke 1980:45). Aber auch wenn sie einen Versuch unternehmen, ein solches Werk zu schreiben, dann erfordern sie sehr häufig Vorkenntnisse,

---

übereinstimmend und sehr einfach. Ein Sachbuch ist jedes nicht-fiktionale Buch, jedes Buch, das nicht zur Belletristik gehört, kurz: jedes Buch, das Institutionen wie die *Spiegel*-Bestsellerliste auf der rechten Seite verzeichnen“ (Hahnemann/Oels 2008:8f.).

wodurch der Text schwer zu verstehen ist<sup>8</sup>. Aus dem gerade Gesagten ergibt sich also, dass den Wissenschaftlern die Techniken beigebracht werden sollten, wie man Sachbücher zu schreiben hat, damit sie dank der auf diese Art und Weise gewonnen Geschicklichkeit „einen Mann von der Straße“ ansprechen und die Ergebnisse ihrer Forschungen an die Öffentlichkeit bringen könnten.

Ganz am Rande sei jedoch darauf hingewiesen, dass ein Sachbuch sowohl von Wissenschaftlern als auch von Nicht-Fachleuten verfasst werden kann. Sind die ersteren diejenigen, die es sich kaum vorstellen können, auf Fachausdrücke und verschleierte Stil zu verzichten, so gehört es in den Aufgabenbereich der Letzteren, die „Erkenntnisse aus präzisiertem Fachidiom in die gröbere Sprache der Allgemeinverständlichkeit zu übersetzen“ (Jungk 2007: 40), also das Wissen so zu vermitteln, das es von dem Laien ohne größere Schwierigkeiten erworben werden kann. Einem aufmerksamen Leser kann sich an dieser Stelle die Frage aufdrängen, worin eigentlich der Unterschied zwischen einem Fachmann und einem Laien besteht, insbesondere wenn der Letztere eine gewisse Zeit lang versucht, das Fachgebiet des Wissenschaftlers zu beherrschen. Die Antwort würde lauten, dass der Unterschied in der Genauigkeit der Beherrschung der Materie besteht. Verdankt ein Fachmann sein detailliertes Wissen einer vieljährigen Beschäftigung mit einem Wissensgebiet, so hat im Fall eines Sachbuchautors die Aneignung von (nur) den wichtigsten Informationen Vorrang. Die Herstellung der Zusammenhänge ist wichtiger als die Aneignung von Einzelheiten. Warum es so ist, führt Robert Jungk in seinem Aufsatz aus: „Denn der Verlust an spezifischer Genauigkeit wird ja vom Sachbuch-Autor, der sein Handwerk versteht, durch die Erweiterung seines Bezugsrahmens, durch die reiche Fülle relevanter Nachbar-, Neben- und Weiterwirkungen mehr als wettgemacht. Was ihm an Tiefe im Vergleich zum Spezialisten, dessen Arbeit er schildern soll, fehlt, gewinnt er an Breite. Wo er auf Einsicht in diffizilste Verästelungen verzichten muß, bietet er dafür Übersicht. Seine Stärke liegt weniger in der minutiösen Wiedergabe isolierter Phänomene als in der Schilderung der weiteren Zusammenhänge, in denen diese Erscheinungen ihren Platz finden“<sup>9</sup> (Jungk 2007: 40f.).

Wie man der oben (nur bruchstückhaft) dargestellten Definition des Sachbuchs entnehmen kann, gehört sie in erster Linie nicht in den Bereich des Lernens,

---

<sup>8</sup> Man kann aber auch beobachten, dass sich ganz langsam die Einstellung der Wissenschaftler dem Sachbuch gegenüber ändert. Mit Freude muss daher die Feststellung von Maja Storch begrüßt werden: „Die Gesellschaft bezahlt für die Wissenschaft, weil sie sich davon einen Profit erhofft. Also sind wir [d.h. Wissenschaftler – W.J.] verpflichtet, unsere Erkenntnisse in irgendeiner Weise verbraucherkonform aufzubereiten und wiederzugeben“ (Reinhardt 1998:110). Als äußerst positiv muss auch bewertet werden, dass die Sachbücher von Storch in die Lehre Eingang finden, wovon die folgende Aussage der Autorin am besten zeugt: „Interessanterweise begegnen mir aus wissenschaftlichen Kollegenkreisen keine Vorwürfe. Die freuen sich eher, wenn meine Bücher verständlich sind, weil sie dann auch in der Lehre benutzt werden können“ (S. 110).

<sup>9</sup> Dass sich der Leser nicht in zahlreichen Details verlieren sollte, daran erinnert Werner Bartens in einem Gespräch mit Klaus Reinhardt (vgl. Reinhardt 2008:85). Dieses Weglassen von Einzelheiten bezeichnet Reinhardt als „Service am Leser“ (S. 85).

sondern in den der Freizeitgestaltung. Wie Herbert Franke bemerkt, „tritt das Sachbuch in Konkurrenz mit vielerlei Unternehmen der Freizeitindustrie, die von ihrer Attraktivität her gesehen weitaus wirkungsvoller sind: aktiver und passiver Sport, Spiel, Unterhaltung und Spannung im Fernsehen, im Film, in Illustrierten, gegen all das muß sich das Sachbuch behaupten“ (Franke 1980:45). Damit es sich behaupten könnte, dürfen die Verleger sowie die Sachbuchautoren das Marketing nicht vergessen, denn nolens volens sind die Sachbücher in Marktzusammenhänge eingebaut<sup>10</sup>. Dies hat unter Umständen zur Folge, dass ein solches Werk nicht mehr aus der Feder eines für die Sache „glühenden“ Autors kommt, sondern das Ergebnis einer Zusammenarbeit zwischen dem Schreibenden und dem Verlag ist. So gehört die Planung und Finanzierung eines Projekts zum Verlag, der Autor ist nur für die Durchführung verantwortlich. Natürlich sieht es nicht immer so aus. Dietmar Grieser, ein erfolgreicher österreichischer Sachbuchautor, hat in einem Interview betont, er gebe die Themen vor, Idee und Ausführung kämen immer von ihm. Anders sieht es jedoch mit dem Titel aus, denn „beim Titel hat der Verlag das letzte Wort“ – so Grieser (Jagodziński 2009: 224). All das führt dazu, dass der Sachbuchcharakter im ursprünglichen Sinne verloren geht (vgl. Psaar/Klein 1980:138), denn in den meisten Fällen entsteht die Sachliteratur auf Wunsch der Verlage, die diese Gattung für Gewinnmaximierung instrumentalisieren. Uwe Pörksen geht von der Annahme aus, dass noch vor dem Engagement eines Sachbuchautors „das meiste fest[liegt]: vom Titel über die Kapiteleinteilung und den Bildanteil bis zur Seitenzahl der Kapitel“<sup>11</sup> (Pörksen 1980:27). Die Mitwirkung der Verlage bei der Gestaltung des Sachbuchs bleibt aber, wissenschaftlich gesehen, nicht folgenlos für die Entwicklung der Sachliteratur. Martin Hussong bemerkte, dass dank der Zusammenarbeit zwischen Autor und Verlag zwar viele gut ausgestattete und aufgemachte Sachbücher auf dem Markt erschienen seien<sup>12</sup>, aber dadurch auch die Individualität des Autors unterdrückt wor-

<sup>10</sup> Dabei muss angemerkt werden, dass das Marketing nicht nur die Sache des Verlages ist, sondern auch die des Autors, denn es liegt in erster Linie an dem Schriftsteller, welches Buch in welchem Verlag veröffentlicht wird. Ganz am Rande sei eine Aussage von M. Storch zitiert, in der sie darauf zu sprechen kommt, wie sie die Rolle von Marketing schätzen lernte: „Ich hatte zwei Schlüsselerlebnisse. Das eine war ein Gespräch mit einem hohen Manager von Coca-Cola über das Schreiben. Der hat ganz kühl gesagt: Was Sie brauchen, ist Marketing! Ich war entsetzt. Ich mache doch Wissenschaft. Dabei hat der Mann völlig recht. Ich will etwas verkaufen, nämlich meine Gedanken. Und ich bekomme nur dann einen Verkaufserfolg, wenn ich mir Gedanken über Marketing mache“ (Reinhardt 2008:111).

<sup>11</sup> Über ihre Zusammenarbeit mit dem Verlag (insbesondere in Bezug auf die Seitenzahl des Buches) informiert Gabriele Weiss wie folgt: „Manchmal hätte ich ihn [d.h. den Verlag – W.J.] in der Luft zerreißen können, wenn er stur auf seinen 150 Seiten beharrt hat. Er hat dann radikal seitenweise gestrichen, wusch, wusch, wusch. Das fand ich schwierig, weil an manchem mein Herzblut hing“. Dann fügt sie hinzu: „Aber ich fand es auch sehr unterstützend“ (Reinhardt 2008:36).

<sup>12</sup> Ähnliches stellt Martin Nissen fest und führt Beispiele an: „Insbesondere bei reich illustrierten Werken oder Bildbänden wie Paul Sethes ‚Morgen Röthe der Gegenwart‘ (1963) oder Golo Manns ‚Wallenstein: Bilder zu seinem Leben‘ (1973) ist die Zusammenarbeit mit dem Verlag noch wichtiger“ (Nissen 2008:44).

den sei, weshalb es im Bereich der Sachliteratur weniger Versuche und Experimente mit neuen Formen gebe (vgl. Hussong 1984:82).

Als Teil des Marketings wird die Werbung betrachtet. Herbert Franke macht darauf aufmerksam, dass „das moderne Sachbuch (...) der Strategie der Werbung [folgt], mit der es einiges gemeinsam hat“ (Franke 1980:45). Zu diesen gemeinsamen Strategiekonzeptionen zählen Signalfunktion, Interesse und Gedächtniswirkung. Die Signalfunktion besteht im Großen und Ganzen darin, den Leser zur Lektüre zu motivieren, sein Interesse für die Lektüre zu wecken. Dies kann man u.a. mit Hilfe von bunten, bebilderten Titelseiten schaffen. Nachdem der Leser vom Angebot Gebrauch gemacht hat, muss das Interesse wachgehalten und gesteigert werden. „Das Ziel wird dann erreicht, wenn es gelingt, den Druck des Interesses zum Weiterlesen höher zu halten als den Gegendruck, (...) der – wenn er überwiegt – zur Beendigung der Lektüre führt“ (S. 45). Die letzte Gemeinsamkeit des Sachbuchs mit der Werbung ist mit der Gedächtniswirkung verbunden und dadurch mit Forschungsergebnissen der Lernpsychologie. Als eine gute Gedächtnishilfe werden Bilder betrachtet, mit denen die Sachbücher reichlich versehen sein sollten. Einen guten Grund dafür nennt der oben erwähnte Dietmar Grieser, der zu diesem Thema Folgendes bemerkt: „Wir sind heute alle durchs Fernsehen „optische“ Menschen. Wir wollen, was wir lesen, auch im Bild sehen“. Daher achtet der Autor darauf, „dass möglichst jedes Kapitel [in seinem Buch –W.J.], sofern sie zu beschaffen ist, eine Illustration enthält“ (Jagodziński 2009: 224).

Somit ergibt sich das Sachbuch als eine Gattung, deren Autoren aus der Strategie der Werbung schöpfen sollten, wobei sie besonders stark darauf zu achten haben, dass die in dem Buch enthaltenen Informationen für längere Zeit im Gedächtnis haften bleiben.

Das Sachbuch gerät auch ins Blickfeld der Wissenschaftssoziologie. Die wissenschaftssoziologische Forschung betont nämlich die Notwendigkeit der Wissenskommunikation. Das heißt, dem Laien sollte die Möglichkeit gegeben werden, mit dem Experten, in diesem konkreten Fall mit dem Autor des Sachbuchs, in Kontakt zu treten. Mögliche Rück- und Wechselwirkungen sollten in Betracht gezogen werden (vgl. Kretschmann 2003:9). An dieser Stelle jedoch muss unterstrichen werden, dass eine solche Wissenskommunikation schon deshalb wesentlich erschwert wäre, weil die Zahl der Produzenten von Sachwerken kleiner ist als die Zahl der Rezipienten.

Aus den oben dargestellten Überlegungen geht hervor, dass die Erforschung der Gattung Sachbuch im Schnittpunkt verschiedener Disziplinen stattfinden muss. Marketing, Bildungsgeschichte, Gesellschaftsgeschichte, Soziologie, Literaturwissenschaft, Pädagogik sind nur einige von ihnen, die das Sachbuch zum Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchung machen sollten, denn nur wenn das Sachbuch von Vertretern verschiedener Wissenschaften untersucht wird, wird man versuchen können, eine gute Definition dieser bisher immer noch als „hybrid“ verstandenen Gattung zu formulieren. Wenn eine solche Definition nicht erarbeitet wird, dann kann die Gefahr bestehen, dass (mit der Zeit) die Verwendung des Begriffes Sachbuch zu seiner inhaltlichen Aushöhlung führen wird.

## Bibliographie:

- BOVENSCHULTE M., (2009), Was ist die Basis der Wissensgesellschaft (<http://www.vdivde-it.de/ips/juni2006/1> Stand vom 1.07.2009).
- DEMANDT A., 2007, Über die Deutschen. Eine kleine Kulturgeschichte. Berlin.
- DOERRY M. / VERBEET M., 2009, „Die hauen mich übers Ohr“. In: Der Spiegel, 21/2009 vom 18.05.2009.
- FRANKE W., 1980, Das naturwissenschaftlich-technische Sachbuch. In: Lili. Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik. Jg. 10/1980, H. 40. Hrsg. von H. Kreuzer. Göttingen, S. 45–51.
- FREUND W., 2009, Held der Wissensgesellschaft (<http://www.welt.de/die-welt/article3757955/Held-der-Wissensgesellschaft.html> Stand vom 2.08.2009).
- HAHNEMANN A. / OELS D., 2008, Einleitung. In: Sachbuch und populäres Wissen im 20. Jahrhundert. Hrsg. von Andy Hahnemann und David Oels. Frankfurt am Main, S. 7–25.
- HEIDENREICH M., 2003, Die Debatte um die Wissensgesellschaft. In: Bösch, Stefan / Schulz-Schaeffer, Ingo (Hrsg.): Wissenschaft in der Wissensgesellschaft. Wiesbaden, S. 25–51.
- HUSSONG M., 1984, Das Sachbuch. In: Kinder- und Jugendliteratur. Ein Handbuch. 3, völlig neu bearbeitete Auflage. Stuttgart, S. 63–87.
- JAGODZIŃSKI W., 2009, „Ich reise Fußnoten hinterher“. Leben und Werk Dietmar Griesers. Dresden-Wrocław.
- JUNGK R., 2007, Der Wissensvermittler. Drei Texte von Robert Jungk und ein Interview mit Peter Stephan Jungk. Berlin, Hildesheim ([http://www.sachbuchforschung.de/MEDIA/abfdfsbf/Arbeitsblaetter\\_Sachbuchforschung\\_13.pdf](http://www.sachbuchforschung.de/MEDIA/abfdfsbf/Arbeitsblaetter_Sachbuchforschung_13.pdf)).
- KRETSCHMANN C., 2003, Einleitung. Wissenspopularisierung – ein altes, neues Forschungsfeld. In: Wissenspopularisierung. Konzepte der Wissensverbreitung im Wandel. Hrsg. von Kretschmann C.. Berlin.
- KÜBLER H.-D., 2005, Mythos-Wissensgesellschaft. Gesellschaftlicher Wandel zwischen Information, Medien und Wissen. Eine Einführung. Wiesbaden.
- NISSEN M., 2008, ‚Wir, die Historiker und Biographen‘. Zur Gattungspoetik des historischen Sachbuchs (1945–2000). In: Sachbuch und populäres Wissen im 20. Jahrhundert. Hrsg. von Hahnemann A. / Oels D.. Frankfurt am Main 2008, S. 39–51.
- PÖRKSEN U., 1980, Populäre Sachprosa und naturwissenschaftliche Sprache. In: Lili. Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik. Jg. 10/1980, H. 40. Hrsg. von Kreuzer H. Göttingen, S. 25–43.
- PSAAR W. / KLEIN M., 1980, Sage und Sachbuch. Beziehung, Funktion, Informationswert, Didaktik. Paderborn, München, Wien, Zürich.
- REINHARDT K., 2008, Vom Wissen zum Buch. Fach- und Sachbücher schreiben. Bern.
- RÜSCHOFF B. / WOLFF D., 1999, Fremdsprachenlernen in der Wissensgesellschaft: zum Einsatz der Neuen Technologien in Schule und Unterricht. Ismaning.
- SCHÖB M., 2009, Humanismus reloaded oder Welche Wissensgesellschaft wollen wir? (<http://www.sciencegarden.de/content/2005-07/humanismus-reloaded-oder-welche-wissensgesellschaft-wollen-wir> Stand vom 30.07.2009).

- 
- STEHR N., 1994, Arbeit, Eigentum und Wissen: Zur Theorie von Wissensgesellschaften. Frankfurt am Main.
- UEHLECKE J., 2009, Die W-Frage. In: Zeit Wissen 04/2009 vom 3. 06.2009.
- WEIGEL H., 1988, Die tausend Todsünden. Ein lockeres Pandämonium. Graz, Wien, Köln.
- WOLFF Ch., 2008, Die Halbwertszeit der Wissenszwerge. Anmerkungen zu einigen ‚Mythen‘ der Wissensgesellschaft. In: Geisenhanslüke A./ Rott H. (Hg.): Ignoranz. Nichtwissen, Vergessen und Missverstehen in Prozessen kultureller Transformationen. Bielefeld, S. 203–228.

