

## Redaktioneller Teil.

(Nr. 142.)

### Werbearbeit für wissenschaftliche Literatur.

Von Dr. Hermann Reizer, Wien.

(S. auch Bbl. Nr. 211.)

Die großen Fortschritte, die hinsichtlich der Propaganda für das deutsche Buch in den letzten Jahren unverkennbar gemacht wurden, sind der wissenschaftlichen Literatur bisher so gut wie gar nicht zugute gekommen. Das ist keineswegs etwa auf eine Mangelhaftigkeit oder geringe Durchschlagskraft der bisher geleisteten Werbearbeit im Dienste des Buches zurückzuführen, die vielmehr, wenn man sich den verhältnismäßig kurzen Zeitraum vor Augen hält, seitdem diese Arbeit zielbewußt und systematisch betrieben wird, ganz Erstaunliches geleistet hat, zumal da die Zeitverhältnisse gewiß nicht als günstig angesehen werden können. Vielmehr erklärt sich diese Erfolglosigkeit der Buchpropaganda hinsichtlich der wissenschaftlichen Literatur allein daraus, daß die Propaganda für das Buch überhaupt und die Werbung für wissenschaftliche Literatur im besonderen zwei durchaus wesensverschiedene Angelegenheiten sind, die miteinander eigentlich gar keine gemeinsamen Berührungspunkte haben. Die Werbung für das wissenschaftliche Buch muß von ganz anderen Gesichtspunkten ausgehen und insolgedessen auch mit wesentlich anderen Mitteln betrieben werden als die allgemeine Buchpropaganda. Das folgt nicht nur aus der Verschiedenheit der Objekte, um deren Propagierung es sich handelt, sondern vor allem aus der Verschiedenheit des Personenkreises, an den sich die Werbearbeit wendet. Denn es sind nicht die breiten Massen der Bevölkerung, die hier in Betracht kommen, sondern immer nur ein genau abgegrenzter Personenkreis, der erfaßt werden soll. Diese Propaganda ist daher einerseits leichter, andererseits aber nicht unbeträchtlich schwieriger als die allgemeine Werbearbeit. Leichter insofern, als der Kreis der durch die Werbung zu gewinnenden Personen von vornherein eine so ziemlich feststehende und ziffernmäßig beschränkte Größe ist, leichter auch in der Hinsicht, daß in diesem Kreise das Interesse für das Buch im allgemeinen schon vorhanden ist und nicht erst geweckt werden muß, schwieriger aber deshalb, weil diese Personen infolge ihrer weitaus höheren Bildungsstufe viel weniger leicht zu beeinflussen sind und bei ihnen die gewöhnlichen Mittel der Massenpropaganda in der Regel gänzlich versagen werden.

Bei der Werbung für das wissenschaftliche Buch wird stets an das Interesse anzuknüpfen sein, welches bei einer erfreulicherweise immer größer werdenden Anzahl von Akademikern und Intellektuellen überhaupt für die ihrem eigentlichen Bildungsgang verwandten, in vielen Fällen aber auch für solche Wissenschaften vorhanden ist, die mit ihrem eigenen Lebensberuf nichts gemein haben. Es ist eine unleugbare Tatsache, daß sich im Gegensatz zu der Spezialisierung, welche in den letzten Jahren die wissenschaftliche Arbeit und das geistige Leben überhaupt beherrscht hat, in der allerletzten Zeit ein immer lebhafter werdender Zug zum Universalismus bemerkbar macht, welcher die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Wissensgebieten zu erfassen und ein Gegengewicht gegen die streng einseitige und im eigenen Fache aufgehende Ausbildung zu schaffen sucht, wie sie derzeit noch den Bildungsgang aller unserer geistigen Berufe beeinflusst.

Wenn der Buchhandel nicht mehr, wie dies bisher geschehen ist, an der Tatsache achtlos vorübergeht, daß sich zahllose Juristen auch für medizinische Fragen interessieren, wobei keineswegs nur an die dem Juristen naheliegenden Probleme der Psychiatrie zu denken ist, daß viele Mediziner technischen Problemen starkes Interesse entgegenbringen, daß Philosophen und Historiker den Fragen der wissenschaftlichen Politik und der Rechts- und Staatswissenschaften ernste Aufmerksamkeit schenken, daß die Gegenstände der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik im Vordergrund des allgemeinen Interesses stehen, daß Angehörige fast aller wissenschaftlichen Berufe ein oft geradezu brennendes Interesse für die aktuellen Probleme der Natur-

wissenschaften und der Technik zeigen, daß es fast keinen Gebildeten gibt, der nicht den Wunsch hat, über die modernen Errungenschaften der Biologie erschöpfende Aufklärung zu erhalten und zu den so viel erörterten Fragen der zeitgenössischen Philosophie auf Grund eigenen Studiums Stellung nehmen zu können, so wird er daraus für seine Werbearbeit wichtige Schlüsse ableiten können.

Es müßte die dringliche Forderung erhoben werden, daß schon in unseren Lehr- und Studienplänen für Mittel- und Hochschulen darauf Bedacht genommen wird, die studierende Jugend in die Lage zu versetzen, sich in der wissenschaftlichen Literatur wenigstens einigermaßen zurechtzufinden und zumindest die Titel der Standard-Werke der wichtigsten Wissensgebiete kennen zu lernen. Es ist ein Fehler, den sämtliche im Gebrauche befindlichen Lehrbücher der Gymnasien, Realschulen, Lyzeen, Handelsakademien und ähnlicher Lehranstalten aufweisen, daß sie keinerlei Literaturangaben enthalten. Solche hätten gerade, wenn sie in Lehrbüchern aufgenommen sind, bestimmt die vorteilhaftesten Wirkungen und würden sicherlich den einen oder anderen dazu veranlassen, sich später eines der angeführten Werke anzuschaffen. Auch im mündlichen Vortrag wird in unseren Mittelschulen auf Literaturangaben gar kein Bedacht genommen. Der Unterricht in deutscher Literatur kann dafür keinen Ersatz bieten, da sich ja dieser im allgemeinen nur mit der schöngeistigen und nicht mit der wissenschaftlichen Literatur beschäftigt. Selbst an den Hochschulen liegen die Verhältnisse hier sehr im argen, da es noch immer viele Vorlesungen gibt, in welchen so gut wie keine Literaturangaben gemacht werden oder sich diese, was so ziemlich auf dasselbe hinauskommt, nur auf die eigentlichen Lehrbücher beschränken.

Der Buchhandel hätte überhaupt allen Anlaß, den Verhältnissen auf den Hochschulen erhöhte Aufmerksamkeit zu widmen, da sie sicherlich dazu berufen sind, in der Werbearbeit für die wissenschaftliche Literatur eine sehr gewichtige Rolle zu spielen. Nicht zuletzt ist ja die streng einseitige Ausbildung, die unsere Studierenden an den Hochschulen empfangen, an der Verarmung unseres geistigen Lebens schuld, und der Buchhandel müßte den oben erwähnten Zug zum Universalismus mit allen Mitteln unterstützen. An manchen Hochschulen bestehen ja noch aus älteren Zeiten die sogenannten *collegia publica*, Vorlesungen für Hörer aller Fakultäten, die sich gewöhnlich eines massenhaften Besuches erfreuen, was der beste Beweis dafür ist, daß in unserer studierenden Jugend das Interesse auch für solche Wissensgebiete, die mit ihrem eigentlichen Fachstudium nichts zu tun haben, in regster Weise vorhanden ist und es sich nur darum handelt, diesem Interesse die Befriedigungsmöglichkeiten zu bieten. Einführungscollegien in die Probleme der Philosophie, der Physik, der Biologie, der Psychiatrie, der Rechtswissenschaften usw. usw., die für Hörer aller Fakultäten zugänglich sind, würden gewiß freudigst aufgenommen werden und starken Zulauf finden. Wenn in ihnen seitens der Vortragenden darauf Bedacht genommen wird, ihre Hörer auch mit den wichtigsten literarischen Erscheinungen des betreffenden Faches vertraut zu machen, dann könnten solche Vorlesungen für den Buchhandel ganz unschätzbare Wichtigkeit erlangen. Neben diesen Einführungscollegien wären auch für Hörer aller Fakultäten zugängliche Vorlesungen über die aktuellen Probleme der einzelnen Wissensgebiete von ganz außerordentlicher Wichtigkeit, und es wäre auch hier wieder Sache des Buchhandels, die Dozenten zu den entsprechenden Literaturangaben zu veranlassen.

Es würde an dieser Stelle zu weit führen, den Plan eines Vortragswesens für akademisch Gebildete auseinanderzusetzen. Nur soviel sei erwähnt, daß die Schaffung eines solchen, trotzdem er merkwürdigerweise noch nirgends angeregt wurde, sicherlich eine dringende Notwendigkeit ist. Denn alle Volkswirtschaftsbestrebungen wenden sich trotz der riesigen Entwicklung des Volkswirtschaftswesens immer nur an die breiten Massen der Be-