

การใช้เวลาว่างของวัยรุ่นเยอรมัน : การศึกษาจากสื่อสิ่งพิมพ์



นางสาวบุศรินทร์ อิศรชัย

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาภาษาเยอรมัน ภาควิชาภาษาตะวันตก

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2544

ISBN 974-xxx-xxx-xxx

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

FREIZEITVERHALTEN VON DEUTSCHEN JUGENDLICHEN :
EINE UNTERSUCHUNG ANHAND VON AUSGEWÄHLTEN PRINTMEDIEN



Busarin Itsarachai

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Diese These erfüllt Einen Teil der Anforderungen
Zur Erlangung des Magistergrades

Abteilung für Westliche Sprachen

Philosophische Fakultät

Chulalongkorn Universität

Studien Jahr 2001

ISBN 974-XXX-XXX-X

Titel der Arbeit	Freizeitverhalten von deutschen Jugendlichen : Eine Untersuchung anhand von ausgewählten Printmedien
Von	Busarin Itsarachai
Fachrichtung	Germanistik/Deutsch
Hauptgutachter	Frau Martina Heinrich

Angenommen von der philosophischen Fakultät, Chulalongkorn Universität
als TeilErfüllung der prüfungsbedingungen für den Grad des Master of Arts

..... Dekanin der philosophischen Fakultät
(Assistant Professor Dr. M.R. Kalaya Tingsabadh)

Prüfungs-Kommission

..... Vorsitzender
(Assistant Professor Chusri Mewongukote)

..... Hauptgutachterin
(Frau Martina Heinrich)

..... Mitglied
(Associate Professor Thanomnuan O'Charoen)

..... Mitglied
(Herr Björn Laser)

.....Mitglied
(Dr. Wilita Sriuranpong)

บุศรินทร์ อิศรชัย : การใช้เวลาว่างของวัยรุ่นเยอรมัน : การศึกษาจากสื่อสิ่งพิมพ์. (Freizeitverhalten von deutschen Jugendlichen : Eine Untersuchung anhand von ausgewählten Printmedien)
 อ. ที่ปรึกษา : Frau Martina Heinrich, อ. ที่ปรึกษาร่วม : รองศาสตราจารย์ถนอมนวล โอเจริญ, 137
 หน้า. ISBN XXX-XXX-XXX-X.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีจุดประสงค์ที่จะศึกษาอิทธิพลของกระบวนการพัฒนาปัจเจกบุคคลต่อการใช้เวลาว่างของวัยรุ่นเยอรมัน โดยการศึกษาจะมุ่งเน้นถึงการใช้เวลาว่างที่เกี่ยวข้องกับสื่อต่างๆเพราะสื่อเป็นปัจจัยส่งเสริมการขยายตัวของกระบวนการพัฒนาปัจเจกบุคคล และเพื่อทำการศึกษาอิทธิพลนี้จึงได้รวบรวมผลงานวิจัยและวิเคราะห์จากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆมาประมวลและเปรียบเทียบ

จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าการใช้เวลาว่างของวัยรุ่นเยอรมันได้มีการเปลี่ยนแปลงอันเป็นผลมาจากอิทธิพลของกระบวนการพัฒนาปัจเจกบุคคล ในการใช้เวลาว่างแบบดั้งเดิมปรากฏผลการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบอันเป็นผลมาจากการใช้สื่อ ดังที่กล่าวมาข้างต้นว่าสื่อเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมกระบวนการพัฒนาปัจเจกบุคคลโดยวัยรุ่นจะรับรูปแบบการดำเนินชีวิตและค่านิยมแบบปัจเจกบุคคลผ่านสื่ออันเป็นผลให้รูปแบบชีวิตและการใช้เวลาว่างดั้งเดิมลดบทบาทลงและเปลี่ยนไป การใช้เวลาว่างที่เกี่ยวข้องกับสื่อเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดและกลายเป็นส่วนสำคัญของการใช้เวลาว่างของวัยรุ่นเยอรมันในปัจจุบัน จึงอาจกล่าวได้ว่ากระบวนการพัฒนาปัจเจกบุคคลได้รับอิทธิพลจากสื่อและการใช้สื่อในเวลาว่างอย่างเห็นได้ชัด

สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา ภาษาตะวันตก
 สาขาวิชา ภาษาเยอรมัน
 ปีการศึกษา 2544

ลายมือชื่อนิสิต
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

Busarin Itsarachai : Freizeitverhalten von deutschen Jugendlichen : Eine
 Untersuchung anhand von ausgewählten Printmedien Hauptgutachter: Frau Martina
 Heinrich, Zweigutachter: Assoc. Prof. Thanomnuan O'Charoen, 137 Seiten. ISBN
 XXX-XXX-XXX-X.

Die Arbeit hat das Ziel, herauszufinden, ob und inwieweit der gesellschaftliche Wandel nach dem zweiten Weltkrieg und speziell die Individualisierungstendenzen in der Gesellschaft das Freizeitverhalten der deutschen Jugend beeinflusst haben. Besonders interessiert die Entwicklung der medienorientierten Freizeitgestaltungen, die sowohl Indikator als auch Vermittler des Individualisierungsprozesses sind. Um dies zu untersuchen, werden ausgewählte Printmedien ausgewertet. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Dokumentation empirischer Untersuchungen (wie z. B. die Shell-Studien von 1966, 1992, 1997, 2000, Opaschowski, 1996a), die interpretiert und verglichen werden.

Betrachtet man die Ergebnisse der Untersuchungen, kann man feststellen, daß sich das Freizeitverhalten von Jugendlichen verändert hat. Traditionelle Freizeitaktivitäten existieren zwar weiter, werden aber durch den Individualisierungsprozeß stark beeinflusst. Für diese Veränderung tragen die Medien eine große Verantwortung, zum einen, weil medienbezogene Freizeitaktivitäten wie Fernsehen und Musik hören eine immer größere Rolle in der Freizeit spielen, zum anderen, weil Medien in die gesamte Freizeitgestaltung integriert sind. Dadurch, daß die Medien die individualistischen Lebensformen vermitteln kann man sagen, daß der Individualisierungsprozeß sich in und durch die Freizeitaktivitäten verbreitet und verstärkt.

Abteilung Westliche Sprachen Unterschrift des/der Student/In.....
 Fachgebiet Germanistik Unterschrift des Hauptgutachters.....
 Studienjahr 2001 Unterschrift des Zweigutachters.....

Danksagung

Da diese Magisterarbeit einen langen Arbeitsprozeß mit sich trug, möchte ich vielen Menschen danken, die sich liebenswert um das Fortschreiten gekümmert haben. Zunächst möchte ich Herrn Dr. Christian Hülshörster danken. Er war nicht nur mein Lehrer und hat mich auch insofern mit zahlreichen Hilfestellungen unterstützt, sondern er hat auch mein Stipendium in Deutschland beim Deutschen Akademischer Austauschdienst (DAAD) ermöglicht. Dem DAAD steht in diesem Fall natürlich auch ein Dank zu, da mir somit die Gelegenheit gegeben wurde, an der Westfälischen-Wilhelms Universität Münster zu forschen, zu recherchieren und schließlich meine Befragung zu erheben. Bei dieser Gelegenheit danke ich auch Herrn Prof. Dr. Wolfgang Sander und seinen Mitarbeitern aus dem Fachbereich Erziehungswissenschaft der Universität Münster für ihre Hilfsbereitschaft, Unterstützung und kooperative Arbeit. Während einer solchen Arbeit, die zudem im Ausland stattfindet, benötigt man oft nicht nur arbeitstechnische Unterstützung – für jegliche seelische und alltagsbewältigende Unterstützung danke ich Frau Silvana Gentili, die mir in Münster sehr geholfen hat.

Aber diese Arbeit hätte niemals abgeschlossen werden können ohne die intensive Betreuung von Frau Martina Heinrich (meiner Hauptgutachterin) und Herrn Björn Laser. Ihnen möchte ich besonders herzlich für die Unterstützung und Energie danken, mit der sie den Arbeitsprozeß begleitet haben. Außerdem danke ich meinen Eltern, die stets für mich da waren, wenn ich Zuspruch oder Ermutigung brauchte. Schließlich geht mein Dank an all meine Dozentinnen der deutschen Abteilung, Frau Andrea Meschede und meine Freunden – ihren allen danke ich für die Hilfe und Unterstützung, ohne die diese Arbeit nicht so erfolgreich hätte abgeschlossen werden können.

Inhalt

	Seite
Zusammenfassung (thai).....	iv
Zusammenfassung (deutsch).....	v
Danksagung.....	vi
Inhalt.....	vii
1. Einleitung.....	1
2. Theoretische Grundlagen zu den Begriffen ‘Jugend’ und ‘Freizeit’.....	4
2.1 Definitionen von Jugend	
2.1.1 Biologischer Ansatz.....	5
2.1.2 Psychologischer Ansatz.....	7
2.1.3 Soziologischer Ansatz.....	10
2.1.4 Erwachsensein.....	13
2.1.5 Festlegung einer Arbeitsdefinition.....	15
2.2 Definitionen von Freizeit	
2.2.1 Historischer Aspekt von Freizeit.....	18
2.2.2 Freizeitdefinition	
2.2.2.1 Regenerationsthese	27
2.2.2.2 Kompensationsthese.....	28
2.2.2.3 Suspensionsthese.....	29
2.2.2.4 Kontinuitätsthese.....	29
2.2.3 Die gegenwärtige Freizeitdefinition und Festlegung einer Arbeitsdefinition.....	32
3 Freizeitkultur und Individualisierung: Ausgewählte empirische Befunde zum Freizeitverhalten von deutschen Jugendlichen.....	35
3.1 Theorie der Individualisierung.....	38
3.2 Freizeitverständnis von Jugendlichen.....	47
3.2.1 Hauptaspekte von allgemeiner Freizeitgestaltung	
a) Sport.....	48
b) Gruppenbezogene Aktivitäten.....	53

c) Konsum im Freizeitbereich.....	59
3.2.2 Medienorientierte Freizeitgestaltungen	
a) Beschäftigung mit Computer.....	69
b) Handynutzung.....	73
c) Fernsehkonsum.....	76
d) Kinobesuch.....	80
e) Hörfunkkonsum.....	82
f) Printmedienkonsum.....	86
3.3 Unterschiede der modernen Freizeitgestaltungen	
3.3.1 Jungen-Mädchen.....	89
3.3.2 Land-Stadt.....	91
3.3.3 Alte und neue Bundesländer.....	95
3.4 Fazit.....	97
4 Eigene empirische Untersuchung zum Freizeitverhalten von deutschen Jugendlichen	
4.1 Methode der Forschung und Datenerfassung.....	102
4.2 Darstellung der Ergebnisse.....	103
4.3 Überprüfung der Hypothese zum Freizeitverhalten von deutschen Jugendlichen.....	109
5. Schlußbetrachtung.....	112
6. Literaturverzeichnis.....	118

Anhang

Lebenslauf

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ I

Einleitung

Freizeit ist ein Lebensbereich, den die meisten Menschen mit Erholung und Vergnügen assoziieren. Aber von diesem Lebensbereich kann man mehr lernen als viele erwarten, denn in der Freizeit reflektieren sich die Lebensweise und -orientierungen. Mit anderen Worten: man kann feststellen, daß die Freizeit ein Spiegel des gesellschaftlichen und kulturellen Wandels ist.

Das Freizeitverhalten von Jugendlichen ist schon lange ein wichtiges Thema in Deutschland, das in den unterschiedlichen Printmedien immer wieder behandelt wird. Schon in den 50er Jahren wurde z. B. die Diskussion über Jugend und Freizeit im Buch "Die skeptische Generation" von Helmut Schelsky behandelt. Eine wichtige Publikation war im Jahr 1966 die empirische Untersuchung des Jugendwerks der Deutschen Shell. Eine Vielzahl von Printmedien über Freizeitverhalten von Jugendlichen, nicht zuletzt empirische Untersuchungen, wird kontinuierlich bis heute veröffentlicht wie z. B. die Untersuchungsreihe des Jugendwerks der Deutschen Shell (1992, 1997, 2000) und Lange (1997). Aus den in der Literatur geführten Auseinandersetzungen über die jugendliche Freizeit ist offensichtlich, daß das Freizeitverhalten der Jugendlichen sich ändert und diese Veränderung vor allem im Medienverhalten entsteht (eine Studie der ARD/ZDF-Kommission und der Bertelsmann Stiftung, 1986; Baacke, Sander und Vollbrecht; 1990; JIM-Studien, 2000, 2001). Eventuell kann dies dadurch erklärt werden, daß sich die Erlebniswelten der Jugendlichen geändert haben. Nach Ulrich Beck (1986) hat die Gesellschaft seit der Nachkriegszeit ein wichtiges soziales Phänomen erlebt, das eine Folge des wirtschaftlichen Wachstums in den 50er und 60er Jahren und der Ausbildungsexpansion in den 70er und 80er Jahren ist.

Dieser als Individualisierungsprozeß bezeichnete gesellschaftliche Wandel übt große Wirkungen auf einzelne Lebensbereiche der Menschen aus. Die Hypothese der Arbeit ist daher, daß der Individualisierungsprozeß die Freizeitkultur der deutschen Jugendlichen beeinflusst und sich infolgedessen auch die Freizeitgestaltung dadurch wandelt. Die alten traditionellen Freizeitaktivitäten verlieren immer mehr an Bedeutung gegenüber den modernen Freizeitbeschäftigungen, unter denen in dieser

Arbeit die medienorientierten Freizeitaktivitäten verstanden werden. Und diese modernen Freizeitaktivitäten spielen eine immer größere Rolle im Leben der Jugendlichen.

Um die Hypothese zu überprüfen, sollen die drei folgenden Hauptaspekte in der Arbeit dargelegt werden:

1. soll eine Übersicht über die Befunde ausgewählter empirischer Untersuchungen und verschiedene Positionen der deutschen Diskussion zum Thema gegeben werden

2. wird versucht, die empirischen Ergebnisse mit der Individualisierungsthese Ulrich Becks zu erklären

3. sollen die Ergebnisse mit einer eigenen empirischen Befragung verglichen werden

Dabei gehe ich folgendermaßen vor:

Im zweiten Kapitel werden zuerst die Definitionen von zwei Kernbegriffen des Themas, Freizeit und Jugend, behandelt. Wie wird Jugend von den verschiedenen Ansätzen her betrachtet und definiert? Wann beginnt und wann endet die Jugendphase? Wie hat sich die Freizeit im Zeitwandel bis heute entwickelt? Welche theoretischen Ansätze gibt es, um das Phänomen der Freizeit darzustellen. Am Schluß des Kapitels wird festgelegt, welche Definitionen von beiden Begriffen in der Arbeit verwendet werden.

Das dritte Kapitel gliedert sich in vier Punkte. Im ersten Punkt wird die Individualisierungsthese nach Ulrich Beck, die der Arbeit als Hauptthese dient, ausführlich erläutert, um zuerst klar zu machen, was der Individualisierungsprozeß ist, wie und wann er beginnt, welche Folgen er für die Gesellschaft und das Leben der Bundesbürger hat und welche Wirkungen er auf die Jugendlichen und die Jugendphase ausübt. Im zweiten Punkt werden ausgewählte Freizeitaspekte behandelt, sowohl allgemeine Freizeitgestaltungen wie auch medienorientierte Freizeitaktivitäten. Es wird anhand der Befunde in den ausgewählten Printmedien in diesem Punkt dargestellt und diskutiert, ob und inwieweit sich die allgemeinen Freizeitaktivitäten durch den Individualisierungsprozeß geändert haben und beeinflußt werden und inwiefern sich die medienorientierten Freizeitbeschäftigungen als Einflüsse des Prozesses betrachten lassen. Im Zusammenhang mit den medienorientierten Aktivitäten werden nicht nur die neuen Medien, die man als Symbol des Modernisierungsprozesses sehen kann, sondern auch die klassischen

traditionellen Medien dargestellt, um einen Vergleich innerhalb des Medienbereichs zu machen. Im dritten Punkt geht es um die Frage, wie Faktoren wie Geschlecht und Wohnort die Mediennutzung in der Freizeit beeinflussen. Der vierte Punkt faßt zusammen, welche Zusammenhänge der Individualisierungsprozeß mit der Freizeitgestaltung von Jugendlichen hat.

Im vierten Kapitel werden die Daten aus einer eigenen Untersuchung ausgewertet und mit den im dritten Kapitel dargestellten Ergebnissen verglichen, um herauszufinden, ob und inwieweit meine Daten die Hypothese bestätigen. Das Kapitel ist in drei Punkte gegliedert, in denen zunächst die Methode der Datenerfassung und die Arbeitsschritte, dann die Ergebnisse und zuletzt der Vergleich der Daten mit den Ergebnissen der dritten Kapitels beschrieben und illustriert werden. Das fünfte Kapitel faßt die dargestellten Befunde zusammen und überprüft die Hypothese.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Theoretische Grundlagen zu den Begriffen 'Jugend' und 'Freizeit'

2.1 Definitionen von "Jugend"

Die Jugend ist eine große und bedeutende Gruppe innerhalb der Gesellschaft. Doch was ist eigentlich Jugend? Es scheint, daß jeder das automatisch weiß, wenn man über Jugend spricht. Aber schaut man zurück in die Vergangenheit, wird deutlich, wie jung das Wort ist.

Eine Tabelle bei Hurrelmann (Abb.3, 1994: S.23) zeigt, daß das Wort "Jugend" erst nach der Industrialisierungsphase verwendet wird. Wegen der Lebensweise in früheren Zeiten in der landwirtschaftlichen Lebensform wohnten Kinder in den gleichen Räumen wie die Erwachsenen. Sie hatten die gleichen Aufgaben und Tätigkeiten. Deshalb wurden die Kinder als kleine Erwachsene angesehen. Nach der Industrialisierung hat sich die soziale Form verändert. Das Leben außerhalb der Familien und die Struktur der Arbeit haben die beiden Lebensphasen voneinander getrennt. Hurrelmann hat festgestellt, daß der Schwierigkeitsgrad der beruflichen Tätigkeiten ein Wendefaktor war, da in den nach der Industrialisierungsphase veränderten Berufstätigkeiten die Eignung und die Qualifikation, die den Kindern fehlte, für eine wichtige Bedingung gehalten wurden. Die Jugendphase entstand als Bildungsphase, als Vorbereitungsphase für Erwachsenentätigkeiten und für Erwachsenenrollen in der Zukunft. Erst im ersten Drittel des 20. Jahrhunderts differenzierte sich die Phase vor dem Erwachsensein in eine frühere und eine spätere Phase. Die spätere Phase wurde Jugendphase genannt. Jetzt besaß die Jugend eine eigenständige Lebensphase, die sich später noch weiter entfaltet und aufgegliedert wurde. Bis heute gibt es viele Versuche bzw. Ansätze, "Jugend" zu definieren. Die Ansätze, die in dieser Arbeit dargestellt werden, folgen biologischen, psychologischen und soziologischen Annahmen.

2.1.1 Biologischer Ansatz

In diesem Ansatz sind die körperlichen Veränderungen die Indikatoren für den Eintritt in die Jugendphase. D. h. wenn ein Mensch aus seiner Kindheitsphase austritt, läßt sich dies an physiologischen Merkmalen zeigen wie z. B. dem Wachstum der Brüste bei Mädchen und der Vergrößerung der Schultern bei Jungen. Normerlerweise beginnt dieser Prozeß im Alter von 11-15 Jahren bei Mädchen und im Alter von 12-16 Jahren bei Jungen (Mönks, 1996: S.184). Nach Diekhof hat Knussmann (1996) geäußert, daß die Jugendphase endet, wenn

“[D]as **Längen- und Organswachstum und die hormonelle Umstellung weitgehend abgeschlossen** sind und die äußere Gestalt eines Erwachsenen (Maturitätsform) erlangt wurde” (Diekhof, 1999: S. 12)

Diese Definition war in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts von Bedeutung. **Charlotte Bühler**, Jugendpsychologin in den zwanziger Jahren, hat, nach Friedrich (1976), betont, daß die physische Reifung und der biologische Sinn der Pubertät den psychischen Zustand der Pubertierenden verständlich machten. Außerdem hat Bühler das Alter verwendet, um das Jugendalter einzugrenzen. Laut Bühler beginnt die Pubertät etwa mit dem 10. bis 12. Lebensjahr und endet ungefähr im Alter von 17. Dann folgt die Phase des Adoleszenz, die zwischen dem 21. bis 24. Lebensjahr endet. Von der biologischen Reifung kann man die jugendtypischen seelischen Eigenschaften wie z. B. Erregbarkeit und Isolierungstendenz ableiten. Allerdings kann die Individuation, die heute oft erwähnt wird, noch nirgendwo im Werk Bühlers gefunden werden. Die sozialen Faktoren wurden völlig übersehen. Ihrer Ansicht nach wird die Psyche der Jugend von dem biologischen Prozeß determiniert. Obwohl die Idee von Bühler in der wissenschaftlichen Arbeit nicht mehr gültig ist, läßt sich mit ihrer Definition der Versuch, die Jugendphase durch biologische Tatsachen zu beschreiben, exemplifizieren.

In diesem Ansatz existieren zwei wichtige Begriffe, die für das Jugendalter von Bedeutung sind, der der Pubertät und der der Adoleszenz. Die Pubertät ist die erste Phase der Jugend. In Bühlers Sinn, und dieser ist heute noch gültig, ist die

Pubertät die Phase, in der die ersten Kennzeichen der körperlichen Reife auftreten. So bezieht sich die Pubertät vorwiegend auf die physische Reifung. Zur Kennzeichnung der psychischen Entwicklung nennt man heute die Phase vor der Pubertät die Präpubertät. Diese beginnt etwa zwei Jahre vor der Pubertät. Als Adoleszenz bezeichnet man heute den an die physiologische Entwicklung anschließenden Zustand, in dem die jungen Erwachsenen sich vorbereiten, Erwachsene zu sein.

Biologische Erscheinungen zusammen mit kalendarischer Abgrenzung bzw. Altersabgrenzung sind ein einfacher Abgrenzungsmaßstab, denn man kann sie von außerhalb prüfen. Die Gültigkeit und Angemessenheit dieses Ansatzes werden heute allerdings kontrovers diskutiert. In der veränderten Gesellschaft, in der moderne Lebensweisen und soziale Formen auch in Betracht gezogen werden müssen, kann man diesen Ansatz nicht als einzige Abgrenzung verwenden. Er muß auf andere Ansätze bezogen werden.

Aufgrund der äußeren Veränderungen muß sich die Jugend einer veränderten Umwelt und neuen Beziehungen anpassen. Ein Zusammenhang zwischen physiologischen und psychologischen Entwicklungen entsteht. Nach Mönks (1996: S.187) besitzt die biologische Entwicklung insofern eine Bedeutung, als sie auf die psychosoziale Entwicklung wirkt. Mönk behauptet, daß zum Beispiel die Geschwindigkeit des körperlichen Wachstums (nach subjektiver Einschätzung von Jugendlichen) eine Rolle dafür spielt, wie die Jugendlichen sich selbst sehen oder empfinden. Biermann (1978) teilt diese Ansicht, wenn er äußert, daß jene körperliche Wandlungen später das Bild der Jugendlichen in ihrer geschlechtlichen Rolle bestimmen. Einen stützenden Befund gibt es auch in der Shell-Studie von 1992. Die weiblichen, langsamer entwickelten Jugendlichen (geschätzt nach dem objektivierten Entwicklungstempo) machen ihre Erfahrungen mit Discobesuchen, Sexualität und erstem Alkoholkonsum später als andere, die sich schneller entwickelt haben. Ausgehend von diesem Befund wird gefolgert, "daß ein schnelleres körperliches Entwicklungstempo mit früheren Übergängen in jugendtypischen Entwicklungsschritten einhergeht" (Silbereisen, Krancke, Novak, 1992: S. 193).

Das ideale (in manchen Fällen können wir "idealisierte" sagen) Bild, eine Norm, an der sich die Jugendlichen orientieren, ist eine wichtige Voraussetzung

dafür, wie die Jugendlichen den eigenen Körper und das eigene Aussehen einschätzen. Entspricht der eigenen Körper der Norm, fördert dies die Selbstachtung (Mönks, 1996: S.187). Wenn nicht, kann es zur psychischen Belastung führen wie z. B. zur Magersucht unter jungen Mädchen.

2.1.2 Psychologischer Ansatz

Ein Konflikt, der typisch für das Jugendalter ist, ist das Ungleichgewicht zwischen emotionaler und körperlicher Entwicklung. Die rasche biologische Veränderung im Jugendalter bedeutet nicht, daß der psychologische Zustand sich auch in gleicher Geschwindigkeit verändert. Vollzieht sich die emotionale Entwicklung langsamer, können Probleme auftauchen, wenn Jugendliche (aufgrund ihres erwachsenen Aussehens) wie Erwachsene behandelt werden, obwohl sie noch einen kindlichen Umgang mit ihren Emotionen pflegen.

Unter psychologischem Aspekt unterscheiden sich Jugendliche von Kindern insofern, als es in der Jugendphase zum Prozeß der Ablösung kommt. Jugendliche lösen sich **innerlich von den primären Bezugspersonen wie z. B. Eltern und streben nach mehr Selbständigkeit**. Gleichzeitig bilden sie ein **Bild vom eigenen Selbst bzw. der eigenen Identität aus und entwickeln eine Persönlichkeit**.

Dies nennt man im psychologischen Ansatz die **Entwicklungsaufgaben**. Es sind jene Aufgaben, die man, nicht nur in der Jugendphase, sondern in jeder Lebensphase, erfüllen muß, um die Maturität in der jeweiligen Phase zu erreichen, um bereit zu sein, in die nächste Phase einzutreten. Also bedeuten die Entwicklungsaufgaben für die Jugendlichen diejenigen Aufgaben, die Jugendliche bewältigen müssen, um den Status des Erwachsenseins einnehmen zu können. Hurrelmann (1994) hat die Entwicklungsaufgabe wie folgt beschrieben.

“Unter einer Entwicklungsaufgabe werden die psychisch und sozial vorgegebenen Erwartungen und Anforderungen verstanden, die an Personen in einem bestimmten Lebensabschnitt gestellt werden. Die Entwicklungsaufgaben definieren für jedes Individuum in bestimmten sozialen Lebenslagen die vorgegebenen Anpassungs- und Entwicklungsprobleme, denen es sich stellen muß. Die Entwicklungsaufgaben sind also psychosoziale Bezugssysteme, innerhalb derer die eigene Persönlichkeitsentwicklung vorgenommen werden

muß.” (Hurrelmann, 1994: S.32f.)

Eine bedeutende psychologische Entwicklungsaufgabe im Jugendalter ist die Suche nach einer Ich-Identität. **Erik H. Erikson** hat die Bedeutung der Identität betont und die Suche nach der Identität als eine wichtige Entwicklungsaufgabe in sein Entwicklungsmodell eingeschlossen.

Laut Erikson, der sich auf Sigmund Freud bezieht, besteht das Menschenleben aus acht Lebensstadien: “Infancy”, “early Childhood”, “Play Age”, “School Age”, “Adolescence”, “Young Adult”, “Adulthood”, “Mature Age”(vgl. Maier, 1969). Die erste Phase, die Säuglingsphase, und die 5. Phase, die Adoleszenz, hält Erikson für die zwei wichtigsten Entwicklungsphasen im Menschenleben. In dieser fünften Phase besteht die Aufgabe der Jugend in der Suche nach einer Ich-Identität, die der Jugend helfen soll, Probleme der Kindheit zu lösen und die Bereitschaft des Eintretens in die Erwachsenenwelt zu erlangen. Identität ist auch nötig, um im Erwachsenenalter Entscheidungen treffen zu können. Infolgedessen ist die Identität ein wichtiger Aspekt der Selbständigkeitsentwicklung. Mönks (1996) hat zum Identitätskonzept von Erikson erklärt:

“[Daß] man sich nicht in den Rollen verliert, die man spielt [...], sondern sich in jeder einzelnen als eine ich selbst bleibende Person erlebt, ist eine Erfahrung, die man bei einer gesunden Entwicklung in den Jugendjahren machen muß”
(Mönks, 1996: S.198)

Bei diesem psychischen Prozeß spielt die Peer-Group eine große Rolle. Freundschaftsaufbau ist eine grundsätzliche Übung, in der man erfahren, erproben und die nötigen Fertigkeiten entwickeln kann, um später im größeren sozialen Netzwerk Beziehungen zu anderen aufzubauen und sich integrieren zu können. Der Freundeskreis im Jugendalter bietet nicht nur die Lernerfahrungen, sondern auch die Gelegenheit, die Frage nach der eigenen Identität zu stellen: “Wer bin ich?” als die Frage nach der eigenen Stellung in der Gruppe bzw. in der größeren Gesellschaft. Gleichaltrige helfen, Identität zu entwickeln (Mansel und Hurrelmann, 1991: S.17) und Identitätsverwirrung zu überwinden (Biermann, 1978: S.62). Kolip (1993) hat die Bedeutung der Gleichaltrigen im Zusammenhang mit Eriksons Entwicklungsmodell so beschrieben, daß die Jugendlichen im 5. Stadium aufgrund der starken

körperlichen Veränderungen und “der Überflutung mit neuen Impulsen” “ein Gefühl des Identitätsverlustes” (Kolip, 1993: S. 75) empfinden. Die Peer-Group hilft dem Individuum, oder besser gesagt, die Jugendlichen helfen sich gegenseitig durch Cliquenbildung, dieses Gefühl zu bewältigen.

Nicht nur Erikson hält Freunde für ein wichtiges soziales Netzwerk, sondern auch Havighurst (1974). Der Aufbau der Freundschaftsbeziehung gilt als eine von seinen acht Entwicklungsaufgaben, die Kolip wie folgt wiedergibt:

- “1. Aufbau neuer und reiferer Beziehungen zu Gleichaltrigen beiderlei Geschlechts;
2. Erwerb der männlichen und weiblichen Geschlechtsrolle;
3. Akzeptieren der eigenen körperlichen Erscheinungen und effektive Nutzung des Körpers;
4. Erwerb emotionaler Unabhängigkeit von den Eltern und anderen Erwachsenen;
5. Vorbereitung auf Heirat und Familienleben;
6. Vorbereitung auf eine berufliche Karriere;
7. Erwerb eines Werte- und Normensystem und Entwicklung eines ethischen Bewußtseins als Verhaltensrichtschnur;
8. Erwerb sozial verantwortlichen Verhaltens.” (Kolip, 1993: S.74f.)

In diesen Entwicklungsaufgaben von Havighurst wird nicht nur die Freundschaft zu den gleichgeschlechtlichen Altersgenoss(inn)en als wichtig erachtet, sondern auch Freundschaft zu andersgeschlechtlichen. In der 2. Aufgabe wird die **Geschlechtsidentität** noch deutlicher betont. Der Körper bzw. die körperliche Reifung im Jugendalter hat für die Einstellung zu sich selbst eine große Bedeutung und hängt eng mit der Geschlechtsidentität zusammen. Die geschlechtliche Identität entwickelt sich schon vor der Jugendphase. Die Eltern (oder andere primäre Bezugspersonen) sind erste Vorbilder. Nach Mönks besitzen die 5-6jährigen Kinder schon eine deutliche Geschlechtstypisierung oder geschlechtsgebundenes Verhalten, das

“im Sinne einer deutlichen Entwicklung des Selbstbildes, das mit der kognitiven Organisationen der Welt, in der die Rolle des eigenen Geschlechts von entscheidender Bedeutung ist, zusammenhängt.” (Mönks, 1996: S.196)

Während der Pubertät sei es kennzeichnend für die Jugendgruppen,

“daß sie überwiegend aus Mitgliedern desselben Geschlechts bestehen und

damit einen Beitrag liefern für die Geschlechtsidentität und die damit zusammenhängende Identifikation, die die Bildung einer Identitätserfahrung vorbereitet.” (Mönks, 1996: S.196)

Im psychologischen Ansatz steht der psychische Prozeß des Identitätsfindens und der Ablösung von primären Bezugspersonen im Vordergrund. Die Jugendlichen sind den Entwicklungsaufgaben verpflichtet. Jedoch beinhalten die Entwicklungsaufgaben nicht nur psychologische Entwicklungen, sondern auch soziale. Nach Hurrelmann hat Havighurst (1972) schon darauf hingewiesen, “daß die Entwicklungsaufgaben in jedem Lebensabschnitt kultur- und gesellschaftsabhängig sind” (Hurrelmann, 1994: S. 33). Nicht nur Havighurst, sondern auch Erikson hat die Bedeutung der Gesellschaft betont:

“The development stages constitute the ego’s timetable and mirror the structure of the relevant social institutions. An individual develops into his next phase as soon as he is biologically, psychologically, and socially *ready*, and his individual readiness is matched by societal readiness.”(Maier, H.W., 1969: S.30)

Es deutet sich bereits an, daß Gesellschaft in der Jugendforschung nicht übersehen werden darf. Der nächste Abschnitt wird sich daher mit der sozialen Definition von Jugend beschäftigen.

2.1.3 Soziologischer Ansatz

Die soziologische Betrachtung in der Jugendforschung hat schon eine längere Tradition. Der erste wichtige Jugendsoziologe ist **Helmut Schelsky**. Sein Buch, *Die skeptische Generation*, erschien 1957, und nach Friedrich (1976) hat es zu heftigen Diskussionen unter Soziologen, Pädagogen, Psychologen, Politikern geführt. Das Buch behandelt die Jugend im sozialen Kontext nach dem zweiten Weltkrieg. Schelsky definiert Jugend folgendermaßen:

“>Jugend< im soziologischen Sinne ist die Verhaltensphase des Menschen, in der er *nicht mehr die Rolle des Kindes* spielt...und in der er *noch nicht die Rolle des Erwachsenen* als vollgültigen Trägers den sozialen Institutionen, also z. B. der Familie, der Öffentlichkeit und politischen Ordnung, der Recht- und Wirtschaftsordnung usw. übernommen hat.” (Schelsky, 1975: S.15)

Außerdem legt er Wert auf die “soziale Rolle”, die er als die von der sozialen Umwelt des Menschen bestimmten Verhaltensformen, Einstellungen und grundsätzlichen Haltungen beschreibt. Schelsky verbindet die zunächst biologische Kategorie “Jugend” mit der Kategorie der “sozialen Rolle”:

“In diesem Sinne hat jede Gesellschaft gerade die biologischen Zuständlichkeiten des Menschen, [...], als einen sozialen Status aufgegriffen und sozial normiert, d. h. zu sozialen Rollen verarbeitet” (Schelsky, 1975: S. 16)

Schelsky hat die Bedeutung der Gesellschaft bzw. der sozialen Rolle für die Definition von “Jugend” noch genauer ausgeführt:

“Unsere soziologische Definition der >Jugend< bestätigt also nicht nur die Tatsache, daß in den verschiedenen Gesellschaften oder gar in den verschiedenen Epochen ein und derselben Gesellschaft die soziale Rolle der Jugend nicht immer gleich ist, sondern erweitert diese Voraussetzung dahin, daß offensichtlich in den verschiedenen gesellschaftlichen Zuständen ein unterschiedlicher Grad der Ausprägtheit oder Selbständigkeit der sozialen Altersrollen besteht.” (Schelsky, 1975: S.19)

Jede Gesellschaft entwickelt eine eigene Form der sozialen Rolle von Jugend. D.h. der Jugend kommen unterschiedliche Rollen zu, die jeweils von der Gesellschaft abhängig sind. Auch in einer pluralistischen Gesellschaft bleibt die Bedeutung der Gesellschaft für die Bestimmung der Mitgliedsrolle wirksam. Allerdings gestalten sich die Rollen der Jugendlichen komplizierter als früher.

Der Soziologe **Klaus Hurrelmann** hat darauf hingewiesen, daß eine verschiedenartige soziale Bedeutung und biographische Sinnggebung innerhalb einzelner Lebensbereiche wesentlich sind, um die Jugend zu verstehen. Denn der Statusübergang in der modernen Gesellschaft kann nicht klar fixiert werden (Hurrelmann, 1994: S.39). Ferner sei ein Zeichen des Statusübergangs zur Jugendphase die “*Erweiterung der Rollenvielfalt*” (Hurrelmann, 1994: S. 39). Von der Welt des Kindes, in der nur einige wichtige Leute eine wichtige Rolle spielen, muß das Kind in eine größere Umwelt hineintreten. Es muß sich in neuen sozialen Systemen zurecht finden, neue Regeln und Werte kennenlernen und sich anpassen. D. h., der Jugendliche muß entsprechende Fähigkeiten und Kompetenzen entwickeln.

Die Übernahme der neuen Rollen im Jugendalter beinhaltet weitere Entwicklungsaufgaben. Gleichzeitig läuft der Prozeß der Ablösung von den Personen der Welt des Kindes.

Unter sozialisationstheoretischem Aspekt kann Jugend infolgedessen als eine Entwicklungsphase im Menschenleben angesehen werden. Biologische Entwicklung bzw. Geschlechtsreife ist der erste Schritt der Jugendphase, die zu Ende gehen wird, wenn die Jugendlichen Erwachsenenrollen übernehmen wie z. B. die Berufsrolle und die Ehe- oder Partnerrolle (vgl. Lange, 1997: S. 19).

Hurrelmann nennt vier Entwicklungsaufgaben, die im Jugendalter gelöst werden müssen, um Individuation und Identität zu gewinnen.

- “1. Entwicklung einer intellektuellen und sozialen Kompetenz, um selbstverantwortlich schulischen und anschließend beruflichen Qualifikationen nachzukommen, mit dem Ziel, eine berufliche Erwerbsarbeit aufzunehmen und dadurch die eigene, ökonomische und materielle Basis für die selbständige Existenz als Erwachsene zu sichern.
2. Entwicklung der eigenen Geschlechtsrolle und des sozialen Bindungsverhaltens zu Gleichaltrigen des eigenen und des anderen Geschlechts, Aufbau einer heterosexuellen Partnerbeziehung, die langfristig die Basis für eine Familiengründung und die Geburt und Erziehung eigener Kinder bilden kann.
3. Entwicklung eigener Handlungsmuster für die Nutzung des Konsumwarenmarktes und des Freizeitmarktes einschließlich der Medien mit dem Ziel, einen eigenen Lebensstil zu entwickeln und zu einem gesteuerten und bedürfnisorientierten Umgang mit den entsprechenden Angeboten zu kommen.
4. Entwicklung eines Werte- und Normensystems und eines ethischen und politischen Bewußtseins, das mit dem eigenen Verhalten und Handeln in Übereinstimmung steht, so daß die verantwortliche Übernahme von gesellschaftlichen Partizipationsrollen im kulturellen und politischen Raum möglich wird.” (Hurrelmann, 1994: S.33f.)

Hurrelmann hat behauptet, daß die Lösung der Aufgaben wesentlich für die Entfaltung verschiedener zukünftigen Rollen und Pflichten in verschiedenen Lebensbereichen ist. Die Jugend muß ihre Identität immer in Relationen zur Außenwelt aufbauen. Folglich besteht ein sehr enger Zusammenhang zwischen Gesellschaft und der Entwicklungsphase der Jugend. Wegen der sozialen Veränderungen der modernen Gesellschaft bzw. der Modernisierung und der pluralistischen Lebensformen werden unterschiedliche Lebensstile unter Jugendlichen erzeugt. Das führt zu der Frage, ob man die Jugend noch als eine homogene Gruppe

ansetzen kann und ob die Jugendlichen noch ein gemeinsames Normen- und Wertesystem teilen (Lange, 1997: S.24). Die Pluralisierung äußert sich durch verschiedene Aspekte in vielen Lebensbereichen der Jugend. All diese sozialen Faktoren bzw. sozialen Veränderungen sind bedeutende Bedingungen, die berücksichtigt werden müssen, um die heutige Jugend und die Phänomene von Jugend zu verstehen. Im nächsten Punkt werde ich ergänzen, wie man das Jugendalter vom Erwachsenenstatus abgrenzt, und wie die Gesellschaft zu dieser Abgrenzung beiträgt bevor ich im Punkt "Festlegung einer Arbeitsdefinition" genauer zusammenfasse, in welcher Lage sich die modernisierte, pluralistische Gesellschaft befindet, wie wichtig sie für eine Definition ist und wie sich der soziale Ansatz daher für eine aktuelle Definition eignet, die hier gegeben werden soll. Im Hauptteil wird erläutert, wie die Jugend, ihre Freizeit, ihr Konsumverhalten und ihre Lebensstile von der heutigen modernisierten Gesellschaft beeinflusst werden, und umgekehrt, wie die Jugend durch ihre Stile die Gesellschaft bzw. den Markt beeinflussen kann.

2.1.4 Erwachsensein

Zinnecker hat beschrieben, daß im klassischen Jugendkonzept Jugend und Erwachsensein als komplementär zu betrachten sind.

Die Jugendphase ist die Entwicklungsphase, in der maßgebliche Werte, Einstellungen,

“[...] Handlungsperspektiven, letztlich die Persönlichkeit des Menschen geformt werden; Erwachsensein bedeutet demgegenüber, die in den formativen Jahren erworbenen Orientierungen und Charakterstrukturen gesellschaftlich zu realisieren (beziehungsweise sie auf ihre Realisierbarkeit zu prüfen).”
(Zinnecker, 1985: S. 42)

Wegen "der beschleunigten Freisetzung kultureller Traditionen" (Zinnecker, 1985: S.43) kann jedoch nicht mehr behaupten werden, daß dieses Konzept weiterhin Gültigkeit besitzt. Immer neu auftauchende Werte und Anforderungen zwingen Erwachsene in die gleiche Position wie Jugendliche. D. h., die Erwachsenen sind nicht mehr als "Träger und Weitervermittler kultureller Werte und gesellschaftlicher Qualifikation privilegiert", sondern sind als "Weiter-Lernende [...] prinzipiell den

Jugendlichen gleichgestellt" (ebd.: S.43). In der heutigen Gesellschaft ist der Begriff Erwachsensein kein treffender Begriff mehr, denn die Entwicklung ist "ein kontinuierlicher Prozeß" (Mönks, 1996: S.206). Im allgemeinen versteht man unter Erwachsensein eine Phase nach dem Jugendalter. Das Wort "Erwachsener" selbst bedeutet wörtlich eine Person, die schon ausgewachsen ist. Wenn es so ist, dann beginnt der Erwachsenenstatus beim Mädchen mit etwa 16 Jahren und beim Jungen mit etwa 18 Jahren. Auch im Gesetz erhalten die Jugendlichen mit 18 Jahren eigene Verantwortung für sich selbst. Auch die gesellschaftlichen Faktoren bzw. die Erfüllung der Entwicklungsaufgaben müssen zur Betrachtung hinzu gezogen werden. Hurrelmann sagt, daß die Abgrenzung des Jugendalters vom Erwachsenenalter schwieriger sei als die Abgrenzung von Kindern, da kein biologisches Zeichen als Grundzug angenommen werden kann. Außerdem sei die Grenze fließend und stark von der Gesellschaft beeinflusst (vgl. Hurrelmann, 1994).

In der früheren Gesellschaft half die traditionelle Statussequenzierung. Dies bedeutet, man macht zunächst eine Ausbildung, übt seinen Beruf aus, heiratet und gründet eine Familie. Heute besteht eine solch strikte Reihenfolge nicht mehr. Wegen vielfältiger gesellschaftlicher Faktoren gerät die Chronologie dieser Lebensabschnitte durcheinander.

Ein Kennzeichen für das Erwachsenenalter ist nach Hurrelmann die Autonomie und Selbständigkeit, m. a. W. die Erwachsenen besitzen das Recht und die Fähigkeit, über sich selbst zu bestimmen. Dies ist als eine Folge des Ablösungsprozesses zu verstehen. Eine andere Charakteristik des Erwachsenseins ist die Fähigkeit, eine stabile Partnerbeziehung aufbauen zu können. Schäfers (1982) hat nach Hurrelmann festgestellt, daß der Übergang in den Erwachsenenstatus dann erfolgreich ist, wenn man in den zentralen gesellschaftlichen Positionen seine Rollen als Gesellschaftsmitglied vollständig erfüllen kann. Laut Hurrelmann sind die folgende Rollen die wichtigsten.

- “- die berufliche Rolle (einschließlich der Rolle als ökonomisch selbständig Handelnder)
- die interaktiv-partnerschaftliche Rolle (einschließlich der Rolle als verantwortlicher Familiengründer)
- die Rolle als Kulturbürger (einschließlich der selbständigen Teilnahme am

Konsumbereich)
 - die Rolle als politischer Bürger” (S.42)

Werden sie erfüllt, hat Hurrelmann behauptet, sind die oben genannten Entwicklungsaufgaben gelöst.

2.1.5 Festlegung einer Arbeitsdefinition

Wegen der immensen industriellen Entwicklung nach dem 2. Weltkrieg, hat sich das Leben der Bundesbürger in den letzten 50 Jahren stark verändert. Traditionelle Lebensformen paßten nicht mehr zur Lebensform der Mehrheit der Menschen. Der Prozeß der sozialen Veränderungen hat auf alle Lebensbereiche in der Gesellschaft gewirkt. Jugendliche waren dabei keine Ausnahme. Wenn man die Jugendlichen zum Gegenstand von Studien macht, ist es unmöglich, diesen einflußreichen Faktor zu übersehen. Ferchhoff und Neubauer bestätigen dies:

“[J]enseits jugendlicher Generationsgestalten bzw. –typologien und ungeachtet früherer jugendspezifischer Inhomogenität haben sich seit den 50er Jahren und insbesondere seit den 80er Jahren eine bis dahin unbekannte, breite plurale vielschichtige und bunte Palette jugendlicher alltagskultureller Lebensweisen und –welten sowie vor allem freizeit- und konsumbezogener Stilvarianten ausdifferenziert.” (Ferchhoff und Neubauer, 1997: S. 140)

“Am Ende des 20. Jahrhunderts wird, wenn sozialhistorische Perspektiven und Analysen zugrundegelegt werden, der Wandel *von* Jugend besonders deutlich.” (Ferchhoff, 1999: S.72)

Was hat sich bei der Jugend im Ablauf der Zeit gewandelt? In welcher Hinsicht übt die soziale Modernisierung Einfluß auf die Jugendlichen aus, vor allem auf ihren Freizeitbereich? Dies sind die Kernfrage dieser Arbeit. Ich gebe zunächst einen Überblick, um die Bedeutung bzw. die Notwendigkeit der soziologischen Analyse zu verdeutlichen.

Traditionelle Ansätze definieren Jugend als die Phase zwischen Kindheit und Erwachsensein, die normalerweise von 12/13 bis circa 25 (oder bis 29 wegen der Verlängerung der Jugendphase bzw. der Schulphase) Jahren liegt und für die bestimmte Eigenschaften wie die Selbstsuche und die Selbstinszenierung

charakteristisch sind. Früher gab es feste Lebensabschnitte. Meist begann man mit dem Status Schüler, später dann war man Auszubildender. Dann wurde man in der Regel Berufstätiger mit eigenem Einkommen, im nächsten Schritt erwarb man ein Eigentum. Das Eheleben begann und man gründete eine eigene Familie. Auch heute folgt das Leben vieler Jugendliche noch dieser Statussequenzierungen (vgl. Lange, 1997: S.23). Aber in einer modernisierten Gesellschaft mit verschiedenen Lebensformen und -bedingungen sind diese Lebensabschnitte immer kombinierbar und laufen durcheinander. Der sogenannte soziale Wandel hat die Lebensphase der Jugend geändert. Der Modernisierungsprozeß höhlt "gerade jene Strukturen aus, die soziale und gesellschaftliche Voraussetzungen und Bedingungen für das 'Gelingen' der Jugendphase sind" (Münchmeier, 1998: S. 4).

Der Eintritt in das bzw. der Austritt aus dem Jugendalter können auch durch den Bezug auf die benachbarten Lebensphasen nicht mehr klar abgegrenzt werden.

"Nach einhelligen Konsens in der Jugendforschung hat die Jugendphase heute ihre deutliche Abgrenzung sowohl von der Kindheit als auch vom Erwachsensein verloren" (Münchmeier, 1998: S.8)

"Die Jugendphase besitzt in der Regel keinen einheitlichen Abschluß, zeichnet sich durch viele Ungleichzeitigkeiten und asynchrone Entwicklungen aus, [...]" (Ferchhoff, 1999: S.68)

Nicht nur die Abgrenzung der Lebensphase hat sich gewandelt, sondern alles, aus dem "Jugend" besteht. Durch die Entstehung der modernisierten Gesellschaft hat die Lebensphase Jugend "einen grundlegenden Gestaltwandel" erfahren (Ferchhoff und Olk, 1988: S.13). "Strukturwandel der Jugendphase" ist der Begriff für diese Metamorphose. Für Hornstein handelt es sich bei diesem Strukturwandel nicht nur um "einzelne Verhaltensweisen, Orientierungsmuster und Einstellungen der Jugendlichen", sondern auch darum, daß

"[...] innere Qualität, Zuschnitt und Aufgabenstruktur des Jugendalters, das, was Jugend historisch-gesellschaftlich war, sich in unseren Tagen auflöst, an sein Ende gekommen ist, d.h. daß die Kategorie Jugend selbst (nicht nur Verhaltensweisen der Jugendlichen) fragwürdig geworden ist und zur Disposition steht." (Hornstein, 1988: S.71)

Nach dem soziologischen Ansatz ist die Jugend eine eigenständige Lebensphase geworden, in welcher der Mensch sich darauf vorbereitet, ein Erwachsener sein zu können. In dieser Phase entwickelt die Jugend eigene Lebensstile und bildet eine eigene Kultur aus.

Die Jugendphase kann nicht mehr ausschließlich durch die Altersgrenze oder die biologische Reife bestimmt werden. Es ist klar, daß solche Ansätze noch zur groben Orientierung in der Praxis verwendet werden. Aber um die Jugend gründlich zu studieren oder etwas über sie herauszufinden, ist es offensichtlich nötig, auch den sozialen Kontext mit zu betrachten. Der soziologische Ansatz differenziert den biologischen und psychologischen Ansatz in der Hinsicht, daß während beim biologischen Ansatz die Jugend Jugendstatus und Erwachsenenstatus einfach automatisch bekommt, die Jugend nach soziologischem Ansatz in der Jugendphase streben und sich vorbereiten muß, um das Erwachsensein erwerben zu können. Während der psychologische Ansatz nur die Jugend allein für wichtig erachtet (der Ansatz fokussiert die innere Entwicklung, die Identitätssuche und den Prozeß der Ablösung), konzentriert sich der soziologische Ansatz nicht nur auf die Jugendlichen selbst, sondern auch auf die soziale Welt, die Umgebung, in der Jugendliche leben. Im soziologischen Ansatz sieht man die Kombination zwischen psychischem Ich und dem sozialen Kontext. So gibt der soziologische Ansatz nicht nur dem Individuum allein die Aufmerksamkeit, sondern auch dessen Relation zu Außenwelt. Da man immer in einer Gesellschaft lebt, ist ihre Rolle stets vorhanden. In einer pluralistischen Gesellschaft ist Jugend nicht mehr eine einheitliche Gruppe und kann deshalb nicht "in einem Modell zusammengefaßt werden" (Münchmeier, 1998: S.13). Da sich diese Arbeit nicht nur mit einer Definition von Jugend, sondern auch mit den Studien über Wandel, die Rolle, die Lage von Jugendlichen in der modernisierten bzw. globalisierten Welt beschäftigt, ist es notwendig, Jugend nach einem soziologischem Ansatz zu definieren und zu studieren. Mansel und Hurrelmann schreiben im ersten Kapitel ihres Buches *Alltagstreß bei Jugendlichen*

“Die Lebensphase Jugend ist nicht frei vom gesellschaftlichen Kontext definierbar. Sie muß, da sie in ihrer Struktur durch ökonomische, soziale und kulturelle Wandlungsprozesse beeinflusst wird, in ihrem konkreten

historischen Zusammenhang betrachtet werden.” (Mansel und Hurrelmann, 1991: S.10)

Der soziale Ansatz wird helfen, Jugendliche verstehen zu können. Denn in diesem Ansatz wird nicht nur der Jugendliche, sondern auch der Kontext betrachtet, in dem er sich bewegt. Auch wenn sich die Gesellschaft rasch verändert, ist dieser Ansatz immer aktuell und kann auf die gegenwärtige Gesellschaft angewandt werden.

2.2 Definitionen von “Freizeit”

2.2.1 Historischer Aspekt der Freizeit

Das Wort “Freizeit” besitzt heute einen hohen Stellenwert. Es ist ein allgemeiner Begriff, um die Zeit, die man zur freien Verfügung hat, zu bezeichnen. Wenn wir den Blick auf frühere Jahrhunderte werfen, wird deutlich, wie sich Freizeit im Laufe der Zeit entwickelt hat.

Die Geschichte der Freizeit kann bis zu griechischen Altertum zurück verfolgt werden. Nach Opaschowski (1996b), dem die Darstellung in diesem Abschnitt folgt, gab es dort schon einen klaren Unterschied zwischen dem öffentlichen bzw. politischen Leben und dem privaten Lebensbereich. Die Muße bildete den Kern innerhalb der freien Zeit, über welche die Oberschichten oder andere privilegierte Leute verfügten. Arbeit, vor allem körperliche Arbeit, war die Beschäftigung der Leute der unteren Schicht oder der Sklaven, die entsprechend wenig Zeit besaßen, die sie hätten frei genießen können.

Im Mittelalter hatte die Kirche nicht weniger Macht als der Staat. Freizeit oder die griechische Idee der Muße existierte im Kloster, wo die Mönche diese Zeit zur Kontemplation und zum Gebet verwendeten. Auf der weltlichen Seite kannten die damaligen Menschen den Begriff der “frey zeyt”, der Friedenszeit bedeutete. Er war ein Zeitraum, in dem der Markt davor geschützt wurde, von jeglicher Art der Unruhe und Störungen attackiert zu werden, d. h. die Sicherheit der Marktsbesucher wurde in dieser Zeit garantiert. “frey zeyt” war deshalb nicht nur Friedenszeit, sondern auch Freiheitszeit.

Nach Luthers Reformation entstand ein kultureller Wandel in Deutschland und Europa. In Anlehnung an Max Weber (1965) schreibt Opaschowski über die Wirkung der Reformation, daß sie zur “methodisch-rationalen Lebensreglementierung und Lebenseinteilung” geführt habe. Für Weber war der Rationalismus “eine Welt der Gegensätze”¹ und für die Menschen nach der Reformationszeit bedeutete dies auch zwei voneinander zu unterscheidende Pole der Zeit: eine öffentlich verpflichtende Zeit und eine private Zeit. Arbeit und Erwerb wurden nicht mehr als “Mittel zum Zweck der Befriedigung von Lebensbedürfnissen” sondern als “(Selbst-) Zweck des Lebens” angesehen. Nun wurde die Zeit in verpflichtete Zeit und nicht-verpflichtete Zeit geteilt. Die Haltung, Arbeit als Lebenssinn anzusehen, ging weiter im Pietismus, wo der Daseingenuß in freier Zeit als moralisch verwerflich angesehen wurde. Die Ansicht der Reformationszeit, daß die freie Zeit eine nutzlose Zeitverschwendung sei und sogar den Fortschritt im Leben hemme, wurde tradiert.

Seit der Aufklärung ist der Gegensatz zwischen Berufs- und Privatleben ein “europäischer Wesenszug”. So beherrschte seit der industriellen Revolution, in der die Menschenkraft für die enorme Industrieentwicklung notwendig war, die Arbeit das Leben der Menschen. Die Leute arbeiteten in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts täglich zwischen 12-16 Stunden, Kinder nicht ausgenommen. Der Gegensatz zwischen Arbeit und privater freier Zeit wurde dadurch noch verstärkt.

Nach dem marxistischem Dogma wurde Arbeit hoch geschätzt. Marx unterscheidet die erzwungene Arbeit vom “schöpferischen Tun”. Die mit Unlust verbundene und notgedrungene Arbeit ist mit der notwendigen gesellschaftlichen Arbeit verbunden, während das schöpferische Tun, die freiwillige und glücklichmachende Tätigkeit, im Zusammenhang mit Freiheit steht und sich im Freizeitraum entwickelt. Die lange Entwicklung der Geschichte der Gegenpole von Freizeit und Arbeit, teilweise bedingt und verstärkt durch die marxistische Theorie, ist zweifellos der Grund, warum in den meisten traditionellen Freizeitthesen bzw.

¹ Weber, Max: Die protestantische Ethik (1904), 1965; zit. nach Opaschowski: Pädagogik der freien Lebenszeit, 1996b

Freizeitdefinitionen auf die Arbeit referiert wird, um Freizeit verstehen oder erklären zu können.

Der Dualismus von Arbeit und Freizeit existierte auch aufgrund des Schulsystems. Im Buch "Didactica magna" von Comenius (1657) wurde die Polarisierung von Unterrichtszeit und Freizeit erstmals erwähnt. Nach Comenius war es nötig, daß die Schüler außer der Schulzeit auch für Spiel, gesellige Unterhaltung, Musik und andere Zeit hatten. Pestalozzi hat in seinem Tagebuch (1774) geäußert, daß die Erziehung in der freien Zeit nötig war. Die Schüler sollten verschiedene Möglichkeiten besitzen, um die unterrichtsfreie Zeit mit individuellen Freizeitbeschäftigungen verbringen zu können. 1805 lernte Friedrich Fröbel Pestalozzi kennen und setzte seine Idee fort. 1823 veröffentlichte er die Schrift "Fortgesetzte Nachricht von der allgemeinen deutschen Erziehungsanstalt in Keilhau". Er sagt, daß es eine Zeit geben solle, in der die Schüler, Lehrer, Zöglinge und Erzieher nach eigenen persönlichen Bedürfnissen handeln können (ebd.: S.105). Den Begriff "Freizeit" verwendet Wichard Lange zum ersten Mal, als er sein Buch "Zehn Jahre aus meiner pädagogischen Praxis. Ein Rückblick" (1861) publiziert. Daniel Sander führt Langes Text als Quellenbeleg an, als er das Wort Freizeit zum ersten Mal in seinen Wörterbuch der deutschen Sprache aufnimmt (1865).

Während einige Pädologen Wert auf Freizeit legten, entwickelte sich im 18. Jahrhundert mit der protestantischen Freizeiterziehung auch eine ganz andere Richtung. Ein nennenswerter Vertreter war A. H. Francke, der eine wichtige Rolle für den Religionsunterricht spielte. Nach ihm waren die Erzieher verpflichtet, darauf zu achten, daß die Schüler außerhalb der Schulzeit keine Zeit hatten, sich durch Müßiggang zu amüsieren. Sie sollte von und für die Arbeit leben:

"Jede Art individueller Freizeitsbeschäftigung war verboten; es gab keinen freien Sonntag und keine Ferien. Kindliche Spiele wurden als Eitelkeit und Torheit ausgelegt." (Opaschowski, 1996b: S.106f)

Freizeit wurde nach dieser Einstellung als "eine Zeit der Besinnung und religiösen Betrachtung, als Rüstzeit" (ebd.: S.106) angesehen. 1783 entfaltete dagegen Friedrich Schleiermacher einen anderen Standpunkt. Er setzte sich dafür ein, daß eine "*Zeit der gemeinsamen freien Tätigkeit*" (ebd.: S.107) von Jugendlichen

unterstützt werden solle. Sie sei eine Übung für die Jugend, um sich auf das mannigfaltige Leben vorzubereiten und zu lernen, die persönliche Freiheit auszuüben. H. H. Wichern nahm das Konzept von Schleiermacher auf. 1833 gründete er das "Rauhe Haus", in dem die verwahrloste Jugend wohnen durfte. Aufgabe war es, "die jugendliche 'Berechtigung des Bedürfnisses nach Ruhe und geselliger Freude' anzuerkennen" (ebd.: S.108). Früher streng eingehaltene christliche Tätigkeiten wie Bibellesen und Kontemplation verloren an Bedeutung. Wichern und andere gründeten später "Evangelische Gesellschaften" und "Vereine für Innere Mission", in denen "der *Gedanke des Gemeinschaftslebens* und der Vertiefung von Lebensfragen im Kreise Gleichgesinnter in den Vordergrund" (ebd.: S.108) rückten.

In dem Buch "Arbeiter-Katechismus" hat Friedrich Naumann, der Oberhelfer im "Rauhem Haus", den Inhalt des Begriffs Freizeit so verstanden, daß das irdische Glück des Menschenlebens auch "die nötige Erholungszeit" und "Ruhezeit für Leib und Seele" beinhaltet.

Für die Entwicklung der Freizeit ist die Verbesserung der Situation des Fabrikarbeiters durch die Fabrikregulation, das 1839 in Kraft trat, maßgeblich. Es sah vor, daß die tägliche Arbeitszeit von Jugendlichen und Frauen auf maximal 10 Stunden verkürzt wurde (siehe auch Tabelle in Wochenschau Nr.3, Mai/Juni, 1990, S.96). Allerdings verschlang die Arbeit immer noch die meiste Zeit, Freizeit hatte kaum Raum. 1918/19 hatten die Arbeiter die Zeit zum Atmen, als die Arbeitszeit auf 8 Stunden pro Tag reduziert wurde. In jener Zeit gab es eine deutliche Abgrenzung der Arbeitszeit von arbeitsfreier Zeit. Laut Opaschowski (1997) wurde Freizeit zum Symbol des sozialen Status. Die Leute aus der Oberschicht hatten zwar weniger Freizeit als die aus der Unterschicht, aber Opaschowski weist auf einen wichtigen Aspekt hin:

"Berufe mit hohem Prestige haben *innerhalb* ihrer beruflichen Arbeitszeit mehr Zeit zur eigenen Verfügung. Insofern stellt die Verfügungsmöglichkeit über eigene (Arbeit-)Zeit bereits ein besonderes Statussymbol dar. Mit steigendem Berufsprestige fällt offenbar auch die Art der Verbringung der freien Zeit weniger ins Gewicht, d. h. sie unterliegt einer geringeren sozialen Kontrolle" (Opaschowski, 1997: S.27)

Nach dem ersten Weltkrieg suchten die Menschen nach qualitativ höherer Freizeitbeschäftigung. Bspw. wurde der "Reichsausschuss der Deutschen Jugendverbände", der aus 70 Verbänden bestand, gegründet. Der Reichsausschuß veröffentlichte die Zeitschrift "Das junge Deutschland", in der die Freizeitproblematik oft diskutiert wurde.

Nachdem der zweite Weltkrieg zu Ende war und die Zeit des Wirtschaftswunders in der Bundesrepublik Deutschland begann, erhielt die Freizeit einen noch höheren Stellenwert. Der Arbeitsmarkt vergrößerte sich rapide, und die Leute verdienten mehr Geld. Die Arbeitszeit sank, während die Lebenszeit immer mehr Spielräume bekam. Aufgrund dieser Faktoren hatten die Leute mehr Zeit fürs private Leben. Opaschowski (1997) hat die Entwicklung der Freizeit nach dem Zweiten Weltkrieg in vier Stadien unterschieden.

1. Die Arbeitszeit dominiert (1950)

Es war die Zeit nach dem Krieg. Viele deutsche Städte lagen in Trümmen und man widmete sich dem Wiederaufbau. Freizeit diente damals als Erholungszeit. Während die Freizeit in dieser Phase aufgrund der wirtschaftlichen Not in Deutschland nicht bedeutend für die Menschen war, war die Freizeit auf amerikanischer Seite von großem Interesse. Opaschowski (1996b) nennt zwei Prognosen des amerikanischen Soziologen David Riesman und der Zukunftsforscher Herman Kahn und Anthony J. Wiener. In Riesmans Buch "The Lonely Crowd" (1950) lautet die Hauptthese, nach Opaschowski, daß der moderne Mensch in der westlichen Wohlstands- und Überflußgesellschaft, "von außen gesteuert, gelenkt und geleitet" sei. Riesman meint mit "von außen", nicht nur die Peer-Group und den Freundeskreis, sondern auch die Medien und die Werbung.

"Medien, Werbung und Warenhauskataloge bringen die entsprechenden 'Vorbilder ins Haus' und der 'gelernte Verbraucher' wird beinahe zu einem wichtigen zukünftigen Beruf" (Opaschowski, 1996b: S.114)

Charakteristisch für den außen-geleiteten Menschen sei folgendes:

“Groß ist das *Bedürfnis nach Anerkennung durch andere*. Der außengeleitete Mensch will gerne überall und nirgends zu Hause sein und ist an schnellen, auch oberflächlichen Kontakten interessiert. Die von Riesman beschriebene Lebenshaltung ist typisch und angemessen für eine im Überfluß lebende Gesellschaft. Hierbei kommt es weniger darauf an, was man ist oder was man tut, sondern darauf, was die anderen von einem denken.” (ebd.: S.114)

Teilweise haben Kahn und Wiener die Zukunft der Freizeit ähnlich prognostiziert. Auch sie haben sich mit der Bedeutung von Freizeit im Zusammenhang mit der Vergrößerung der Warenangebote beschäftigt. Die Menschen in den westlichen Industrieländern würden demnach in Zukunft in einer freizeitorientierten Gesellschaft leben, in der die Arbeitszeit sich drastisch verkürzt und sich die Menschen nach längerer Urlaubszeit sehnen. Die alte traditionelle Arbeitsethik (Arbeit als Lebenssinn) wird nicht mehr streng eingehalten.

Gemeinsam ist Riesman und Wiener und Kahn die pessimistische Einschätzung einer zukünftigen Gesellschaft. Während Riesman an eine oberflächliche Lebensweise der modernen Menschen glaubt, befürchten Kahn und Wiener den Anstieg der Kriminalität und der Verbrechen als Folge des Wunsches, dem Alltag zu entfliehen. In dieser freizeitorientierten Gesellschaft komme es schließlich nicht nur zu mehr Kriminalität, sondern auch zum gesellschaftlichen Verfall wie Scheidungen, Selbstmorden und Neurosen.

Wenn wir heutzutage die Situation in der Bundesrepublik Deutschland betrachten, scheint es, daß diese Prognosen sich bestätigen. Obwohl der Zerfall der Gesellschaft noch nicht geschieht, hat sich die Gesellschaft in Richtung dieser Möglichkeit entwickelt. Überall können wir die von außen geleiteten Menschen und ihre oberflächlichen Lebensweisen sehen. Immer mehr vergrößert sich der freizeitorientierte Markt. Teilweise stimmen diese pessimistischen Prognosen über die soziale Zukunft mit dem 4. Entwicklungsstadium Opaschowskis überein.

2. *Die Freizeit holt auf* (1970)

Obwohl es in dieser Phase mehr freie Tage als die im ersten Stadium gibt, steht die Arbeit immer an erster Stelle. Denn, “wer viel in der Arbeit leistete, konnte sich auch nach der Arbeit viel leisten. Die Arbeitsgesellschaft existierte weiter”

(Opaschowski, 1997: S.29). Freizeit war nur die Zeit für einige außerhäusliche Aktivitäten und Unternehmungen.

3. *Die Freizeit überholt die Arbeitszeit* (1990)

Es gibt keine 40-Stunden-Woche mehr. Es kommt zum Versuch und zum Wunsch, die Arbeit mit der Freizeit, auszugleichen. Das Privatleben ist nicht mehr weniger wichtig als die Arbeit. Dies spiegelt sich im Ergebnis der Befragung des B.A.T. Freizeit-Forschungsinstituts von 1991 (nach Opaschowski, 1996) wieder. 80% der östlichen Bevölkerung und 73% der westlichen geben “[M]it der Familie zusammen sein” als Freizeit an. Das Leben, in dem man die Waage zwischen Freizeit und Arbeit halten kann, scheint eine hohe Lebensqualität zu bedeuten. Nach der Untersuchung des B.A.T. Freizeit-Forschungsinstituts von 1994 entwickelt sich bei den Menschen aber auch Angst. Die Westdeutschen haben vor allem Angst vor der Zunahme von materialistischen und hedonistischen Lebenseinstellungen, d. h. vor höherem Konsum in der Freizeit, vor mehr Passivität und mehr Oberflächlichkeit und weniger sozialer Verantwortung. Dies führt zur Möglichkeit vom “Trend zur Single-Gesellschaft [...] vorgezeichnet zu sein und Freundeskreis und Freizeitclique müssen zum Ersatz für das fehlende Familienleben werden” (Opaschowski, 1996b: S.119).

Im Osten befürchtet die Bevölkerung die Zunahme der “Entpolitisierung und Entsolidarisierung des Lebens”. Sie glaubt, daß mehr Freizeit auch zu mehr Aggressionen führen kann. Die Bundesbürger insgesamt teilen die gemeinsame Angst, daß immer teurere Freizeitangebote wegen der wachsenden Freizeitindustrie Verschuldung verursachen. Auf der Basis dieses Ergebnisse, hat Opaschowski die Zukunft der Freizeit prognostiziert.

4. *Die Grenzen zwischen Arbeitszeit und Freizeit verwischen sich* (2010)

Laut Opaschowski werden Arbeit und Freizeit in Vereinbarung gebracht. Es werde möglich, daß man sowohl Freizeit als auch Arbeit gleichzeitig genießt. “‘Leistung’ wird zum Qualitätsbegriff für das ganze Leben - für das Berufs- und für das Privatleben” (Opaschowski, 1997: S.30).

Aber bevor diese Phase erreicht werden kann, gibt es noch ein Hindernis, das man bewältigen muß. Es besteht die Möglichkeit, daß sich Freizeit zur negativen Seite entfaltet. Nach Opaschowski führt die wachsende Freizeitorientierung zur Oberflächlichkeit in menschlichen Beziehungen und zu weniger Bereitschaft, sich an etwas, sowohl auf persönlicher als auch auf sozialer Ebene zu binden. Mit anderen Worten, man bevorzugt in der Freizeit schnelle, spaßbringende, unverbindliche Beziehungen und empfindet Pflichten und soziale Verantwortung, wie z. B. politisches Engagement als lästig.

“Das Streben nach Individualisierung wird im persönlichen Freizeitverhalten so dominant, daß *Pflichten, Verpflichtungen und Rücksichtnahmen sofort Streßsymptome auslösen*, wenn man ihnen ‘nachkommen muß’. Der Freizeitkonsument negiert zunehmend den Sozialcharakter von Pflichten. Soziale Verpflichtungen werden einfach ‘wegindividualisiert’. Es gibt nur mehr Pflicht gegenüber sich selbst - alles andere gilt eher als Rücksichtnahme im Sinne von lästiger Pflicht, der man sich möglichst schnell entledigen will. Die Bereitschaft, zeitaufwendige Verpflichtungen oder gar Bindungen einzugehen, sinkt. Die Folge: Mitmenschlicher Kontakt wird immer mehr gesucht und immer weniger gefunden. Gleichzeitig wächst die Bereitschaft, soziale Dienstleistungen wie eine Ware aufzurechnen, d. h. zu kaufen und bei Nichterfüllung entsprechend einzuklagen.” (Opaschowski, 1996b: S.121)

Opaschowski stellt einen Zusammenhang zwischen der Bereitschaft zu ehrenamtlichen Aufgaben und der Zunahme der kommerziellen Freizeitangebote fest. Gleichzeitig gibt es immer mehr Dienstleistungsorganisationen und professionelle Dienste, sodaß freiwillige Dienstleitungen nicht mehr erforderlich sind. Persönliche Dienste und freiwillige Solidarisierung werden vergessen. Das soziale Bewußtsein verringert sich infolgedessen. Es wandelt sich zu “*Alles tun können, aber nichts tun müssen*” (Opaschowski, 1996b: S.122). Letzlich kommt es zum schlimmen Ende, zum Zerfall der Gesellschaft; “Mit der Desintegration der Familie beginnt auch die Desintegration der Gesellschaft, wovon soziale Organisationen zuallererst betroffen sind”(ebd.).

2.2.2 Freizeitdefinitionen

Wie der Begriff der Jugend, wird auch der der Freizeit auf unterschiedliche Weise definiert. Wenn man über Freizeit spricht, bezieht sich der Begriff unvermeidlich außer auf Zeit auch auf die Person, die diese Zeit besitzt. So hat Giegler (1982) festgestellt, daß manche Freizeitsoziologen besonderen Wert auf das Individuum innerhalb der Freizeitdefinition gelegt haben, m. a. W. diese Freizeitsoziologen dachten, daß jedes Individuum selbst seine Freizeit definiert, und daß diese subjektive Definition wichtig ist, denn nur das Individuum kann entscheiden, wann es glaubt, frei über Zeit zu verfügen.

Diese Auffassung ist allerdings umstritten. So hat Giegler dagegen argumentiert. Obwohl er der Meinung ist, daß das Individuum selbst Freizeit definieren kann, gibt es aber immer schon eine Tendenz in der Gesellschaft, ob eine bestimmte Aktivität eine Freizeitaktivität ist, und das Individuum definiert seine Freizeit nach der schon existierenden Tendenz. Dennoch kann die Bedeutung des Individuums für die Definition von Freizeit nicht bestritten werden. Eine wichtige Meßlatte ist der Grad der Freiheit, man in der Freizeit hat. Die Idee in der eigenen Freizeit tun zu können, was man will, äußert sich in der **Selbstbestimmung**. Umgekehrt, je mehr man "von außen" kontrolliert oder bestimmt wird, desto höher ist der Grad der **Fremdbestimmung** (und desto weniger kann man diese Zeit Freizeit nennen). Der Unterschied liegt darin, ob man seine eigenen Handlungen selbst bestimmen kann oder nicht. Die Arbeitswelt scheint meist der Lebensbereich zu sein, in dem fremdbestimmten Zeit vorherrscht. Wie schon bereits dargelegt, werden Freizeit und Arbeit oft miteinander verglichen und als polare Gegensätze betrachtet. Auch Giegler hat eine Einteilung der Zeit in Arbeitszeit und arbeitsfreie Zeit vorgenommen.

“Eine relativ grobe, aber leicht zu operationalisierende und infolgedessen empirisch sehr brauchbare Einteilung besteht darin, einfach zwischen ‘Arbeitszeit’ und ‘arbeitsfreier Zeit’ zu unterscheiden.” (Giegler, 1982: S. 23)

Obwohl diese Unterscheidung (Arbeitszeit und arbeitsfreie Zeit) trotz praktischer Handhabung nicht unproblematisch ist, zeigt sie die grundsätzliche Idee der Gegenpole von Freizeit und Arbeit. Opaschowski sagt:

“Den meisten freizeittheoretischen Ansätzen in der Fachliteratur liegt bisher die mehr oder minder starke Abhängigkeit vom Gegenpol Arbeit zugrunde. Die Funktionen der Freizeit erschöpfen sich in Re-Aktionen. Das Primat der Arbeit wird als schicksalhaft und unvermeidlich angesehen;” (Opaschowski, 1996b: S. 83)

Die Freizeittheorien, die vom Gegenpol der Arbeit anhängen, stellen sich wie folgt dar.

2.2.2.1 *Regenerationsthese*

Diese Theorie geht davon aus, daß Menschen Kraft in der Arbeit verbrauchen und Freizeit zur Wiederherstellung der Kraft benötigen, damit sie wieder arbeiten können.

“In diesem Konzept steht die Erwerbsarbeit – oft (aber keinesweg immer) als harte körperliche Arbeit verstanden - im Mittelpunkt; die Freizeit dient daher in erster Linie der ‘physischen’ Erholung , es wird ihr also hauptsächlich die Funktion des ‘Ausruhens’ und das ‘Sammeln neuer Kräfte’ zugeschrieben, um den nächsten Arbeitstag erfolgreich bestehen zu können.” (Giegler, 1982: S. 124)

Es wird deutlich, daß die Arbeit im Vordergrund steht und die Freizeit der Arbeit untergeordnet ist. Giegler hat zwei Begründungen dieser These genannt. Erstens beruht die These darauf, daß Arbeitsbelastung, die oft mit der materiellen Not verbunden ist, zum Primat der Arbeit geführt hat. Dies geschah vor allem in der Phase der Industrialisierung. Zweitens muß das protestantische Arbeitsethos erwähnt werden. Nach diesem Arbeitsethos ist Arbeit das Wichtigste im Leben des Menschen, während der Freizeit ein niedrigerer Stellenwert zugewiesen wird.

Nach Hampsch (1998) ist die Regenerationsthese nicht mehr die gängige Definition von Freizeit, sondern nur eine unter vielen. Nach Hampsch hat Opaschowski (1990) bezüglich der Befragungsergebnisse und empirischen Verhaltensbeobachtungen in der Gegenwart erklärt, “daß sich im Zuge eines

allgemeinen Wertewandels die Einstellung, die in der Arbeit den eigentlichen Sinn des Lebens sieht, gesamtgesellschaftlich in Auflösung befindet” (Hampsch, 1998: S.24f.). Man kann sagen, daß die Arbeit nicht mehr die höchste Stelle im Leben der meisten Leute besitzt. Im Gegenteil: Die Arbeit wird von der heutigen Freizeitindustrie und ihrem schenellen Wachstum bedroht.

2.2.2.2 *Kompensationsthese*

Der Zustand der Gegenpole von Freizeit und Arbeit wird in dieser These noch stärker betont. Außerdem dominiert die negative Seite der Arbeit. Das kompensatorische Konzept geht davon aus, daß man in der Arbeitswelt psychische Belastungen und ein Gefühl der “Sinnlosigkeit”, ertragen muß. Darum entsteht der Wunsch, der Arbeit zu entfliehen. Freizeit ist demgegenüber der Raum, in dem man seine eigenen Bedürfnisse befriedigen kann, die bei der Arbeit nicht erfüllt werden können.

“Die Sinnleere der Erwerbsarbeit, die wegen der Notwendigkeit der materiellen Lebensicherung nicht aufgegeben werden kann, wird durch Freizeit substituiert. Freizeitverhalten wird in dieser Hinsicht zu einer Ersatzhandlung, mit der versucht wird, die durch die Arbeit versagt gebliebenen Bedürfnisse zu befriedigen.” (Hampsch, 1998: S. 25)

“Mit den negativen Seiten der Arbeitswelt hat man sich also der Kompensationstheorie zufolge notgedrungen mehr oder minder abgefunden: dafür verlegt man sein ‘eigentliches Leben’ in die Freizeit.” (Giegler, 1982: S. 129)

Opaschowski hat den Ursprung dieser These dargestellt. Helmuth Plessner habe die These bereits 1952 formuliert. Aufgrund der Verbreitung des Gefühls, daß man ein anonymer Teil im Arbeitmechanismus ist, werde das Bedürfnis geweckt, in der Freizeit zu kompensieren, zum Beispiel durch Sport. Wenige Jahre danach hat Jürgen Habermas diese These weiter entwickelt. Nach Habermas’ Kompensationsmodell liegt die fehlende Arbeitsfreude auch dem Konsumgenuß zugrunde. Habermas hat darauf verwiesen, daß der Mensch den Mangel an Arbeitsfreude durch gesteigerten Konsumgenuß auszugleichen versuche. Beide wirkten Verhaltensweisen wechselseitig aufeinander. Hierzu hat Giegler erklärt, daß

“durch die in der Arbeitswelt erfahrenen Belastungen die Eigeninitiative so geschwächt ist, daß in der Freizeit keine im echten Sinne ‘alternativen’ [in diesem Fall hat Giegler eigenbestimmtes, bewußtes Handeln gemeint] Verhaltenmuster mehr ausgeprägt werden können” (Giegler, 1982: S. 129)

Der Einfluß der Arbeit wirke sogar bis in den Freizeitbereich hinein. Opaschowski (1996) hat behauptet, daß das heute weit verbreitete negative Freizeitverständnis in Deutschland auf Habermas und sein Kompensationsmodell zurückzuführen sei.

2.2.2.3 *Suspensionsthese*

Die beiden dargestellten Thesen verfügen über dieselbe Grundidee, nämlich daß Freizeit und Arbeit als Gegensatz zu verstehen seien. Die nächste These wird versuchen, diese Relation in Kongruenz zueinander zu bringen. In einem Punkt ist die Suspensionsthese allerdings ganz ähnlich wie die Kompensationsthese. Und zwar in der Hinsicht, daß die Freizeit von der Arbeitswelt beeinflusst werde, m. a. W. ist es unmöglich, sich außerhalb der Erwerbsarbeit ganz anders zu verhalten, als im Berufsalltag. Suspensives Freizeitverhalten besteht aus den gleichen oder ähnlichen Tätigkeiten, denen man im Beruf auch nachgeht. Während in der Kompensationsthese die Freizeit den Ausgleich der von der Arbeit verursachten psychischen Belastung und dem Wunsch, der Arbeit zu entfliehen, bedeutet, ist Freizeit in dieser These das “Bekenntnis zur Arbeit” (Giegler, 1982: S.131). Ein Charakteristikum des suspensiven Freizeitverhalten ist, daß man sich bis zu einem gewissen Grad mit den Tätigkeiten der Arbeit identifizieren kann. Ein anderes Merkmal dieses Freizeitverhaltens ist die intensive Beschäftigung mit, und auch die aktive Befolgung von, weltanschaulichen (wie z. B. ästhetischen, religiösen) Ideen.

2.2.2.4 *Kontinuitätsthese*

Diese These vertritt ebenfalls die Position, daß das Verhaltenmuster der täglichen Arbeit auch in der arbeitsfreien Zeit vorherrscht. Vester (1988) hat das Merkmal dieser arbeitsbezogenen Lebensformen wie folgt erklärt.

“Menschen, deren Arbeit und Freizeit in dem von der Kontinuitätsthese implizierten Verhältnis zueinander stehen, neigen zu einem arbeitsähnlichen

und leistungsmotivierten Aktivismus in der Freizeit” (Vester, 1988: S.43f.)

In der suspensiven These wird die Erwerbsarbeit mehr oder weniger als etwas Negatives erlebt, während die Wertvorstellung der Arbeit in der kontinuierlichen These positiv ist, so “daß sich kontinuierliches Freizeitverhalten gerade dadurch auszeichnet, daß das Leistungsprinzip der Arbeitsphäre so internalisiert wird, daß es auch zum Leitprinzip von sinnvoller Freizeitverbringung erklärt wird” (Hampsch, 1998: S.27). Auch diesen Aspekt hat Giegler ähnlich dargestellt:

“Des öfteren wird die Ansicht vertreten, daß in der Freizeit zu einem großen Teil ähnliche Anforderungen an einen gestellt werden wie in der Erwerbsarbeit [...]. Daraus wird man geschlossen, daß für diejenigen, die in ihrer Erwerbsarbeit besonders ‘aktiv’ sind und auch Freude an ihr empfinden, gleiches auch für ihr Freizeitverhalten gilt.” (ebd.: S. 136)

Nach der Kontinuitätsthese wirkt sich die Arbeit auf den Freizeitsraum als Unterstützung bzw. Förderung aus, so daß man auch seine Freizeit ‘sinnvoll’ nutzt.

Trotz vieler verschiedener Theorien, die der Versuch sind, einen Zusammenhang zwischen Freizeit und Arbeit zu erklären, können wir auch mit empirischen Ergebnissen noch nicht zum genauen Schluß kommen, in welcher Position die Arbeit gegenüber der Freizeit steht. Jede These hat eigene empirische Befunde. Bei einer Bewertung der Thesen scheint es so zu sein, daß die Kongruenzansätze den Kontrastansätzen einen Schritt voraus sind (vgl. Hampsch, 1998). Die Freizeitthesen beschäftigen sich nur mit den Elementen Freizeit und Arbeit. Im 21. Jahrhundert stellen sich Leben und Freizeitsituation jedoch anders dar als früher. In der modernen Gesellschaft gibt es noch andere Lebensbedingungen, die in Betracht gezogen werden müssen. Opaschowski hat dies klar geäußert, als er die “klassischen” freizeittheoretischen Ansätze erwähnt:

“Monokausale Erklärungsansätze reichen für die wissenschaftliche Analyse der gegenwärtigen und künftigen Freizeitentwicklung nicht mehr aus. Das Freizeitverhalten erklärt sich aus dem Zusammenhang einer Vielzahl von Beziehungen, Einflüssen und Wirkungen der gesellschaftlichen Bedingungen, der persönlichen Lebenssituation, der Massenmedien, der Arbeits-, Wohn- und Freizeitsituation Rückwirkungen auf das Verhalten am Arbeitsplatz hat. Die Abbildung ‘Einflußgrößen auf das Freizeitverhalten’

verdeutlicht, daß Freizeit weder eine von Arbeit losgelöste noch eine ausschließlich von Arbeit abhängige Größe darstellt.” (Opaschowski, 1996b: S.82)

Im Laufe der Zeit hat sich das Freizeit- und Arbeitverständnis gewandelt. In Anlehnung an empirische Ergebnisse des B.A.T Freizeit-Forschungsinstituts hat Opaschowski den Wandel während der 80er Jahre so dargestellt.

- 1982: In der Untersuchung über die neue Einstellung zu Arbeit und Freizeit ist das Ergebnis in der Schriftenreihe des Instituts, daß Freizeit als “ein Lebensbereich mit neuartigen Transferleistungen” angesehen wird: und “Die Ausstrahlung von der Freizeit auf andere Lebensbereiche - und damit auch auf die Arbeitswelt - ist im vollen Gange”.

- 1986: In einer Datenerhebung von 2000 Personen ab 14 Jahren ist der Beruf als Lebensideal vom ersten Platz zum fünften in der Werteskala gerückt, während Familie, Freunde und Freizeit ein größeres Interesse bekamen.

- 1987: das Ergebnis der Befragung über Freiheitsgrad im Beruf und in der Freizeit hat deutlich gezeigt, daß die meisten Bundesbürger sich in der Freizeit frei und unabhängig fühlten (82%), während dieses Gefühl nur von 36% im Arbeitsraum verspürt wurde.

- 1988: Ein bedeutender Wandel entsteht, als 72 % der Befragten, die berufstätig waren, die Vorstellung der Freizeit als eigenem Spaß hatten und nur noch 42% in ihr die Erholung vom Berufsstreß sahen. “Aus dem Verständnis früherer Jahre, bei dem Freizeit lediglich als Abwesenheit von der Arbeit definiert wurde, entwickelte sich ein positives Freizeitsverständnis: Freizeit ist eine Zeit, in der man ‘für’ etwas frei ist.”

- 1989: Das empirische Ergebnis hat gezeigt, daß die Menschen sich im Arbeitsraum mehr nach dem sehnen, was sie in der Freizeit erleben (Spaß, soziale Kontakte, Selbst-aktiv-Sein, Spontaneität). Diese neuen verfügbaren Vorteile am Arbeitsplatz machten den Arbeiter aktiver bzw. motivierter.

- 1990: Es wurde in der Schriftenreihe bestätigt, daß die Arbeitsorientierung nur noch ein früheres Lebenskonzept war aber kein heutiges. Es gibt einen Trend, daß die Menschen freizeitorientiertes Leben bevorzugen.

(vgl. Opaschowski, 1992: S.7f.)

Bis zu diesem Punkt wurden schon einige grundsätzliche verschiedene Ansätze und der Verständniswandel der Freizeit dargestellt. Im nächsten Punkt werde ich mich mit der gegenwärtigen Definition, dem Freizeitsverständnis und mit dem Ansatz, der in der Arbeit das Hauptargument gilt, beschäftigen.

2.2.3 Die gegenwärtige Freizeitdefinition und Festlegung einer Arbeitsdefinition

Wie Opaschowski (1996b) behauptet hat, ist die Aufteilung in Arbeit und arbeitsfreie Zeit für das Leben im 21. Jahrhundert nicht geeignet. Denn die nächste Entwicklungsphase der Freizeit ist ja, daß die Freizeit sich in sämtliche Bereiche des Lebens mischt, d. h. zu jeder Zeit, in jeder Situation, in allen Lebensbereichen ist Freizeit immer präsent. Infolgedessen besitzt Freizeit keinen eigenen Raum mehr und verliert ihre Stellung als traditioneller Wertbegriff und damit ihren wörtlichen Sinn.

“Das *Erlebnis des Freiseins* bleibt nicht auf die Freizeit beschränkt, sondern ist grundsätzlich zu jeder Zeit, in jeder Lebenssituation und in allen Lebensbereichen, auch und gerade in der Berufsarbeit möglich. Hat das Individuum aber erst einmal die Möglichkeit, Freizeit auch in der Arbeit zu verwirklichen und die Arbeitszeit zur Zeit der freien Zeit zu machen, bedarf es gar keines eigenen “Freizeit“-Lebensraumes mehr.” (S.84)

Diese Vermutung bezieht sich auf die Zukunft. Wichtig ist, ist die Frage, welche Unterscheidung man machen kann, wenn die Aufteilung der Lebenszeit in freie oder unfreie bzw. in Arbeitszeit oder arbeitsfreie Zeit nicht mehr paßt. Zum letzten Punkt habe ich schon die Selbst- bzw. Fremdbestimmung erwähnt. Nach diesem Konzept ist Freizeit die Zeit, in der man selbst bestimmen kann, was man tun

will. Freizeit bedeutet Freiheit. Im Gegenteil dazu steht die fremdbestimmte Zeit. Die Arbeitszeit wird immer noch als dominierender Lebensbereich dieser Zeit gesehen, denn unter Arbeit versteht man normalerweise auch die Pflicht; also etwas, das man tun muß. In vielen Fällen muß man auch das tun, was andere einem sagen oder vorschreiben. Aber nicht jede Zeit außerhalb der Arbeit ist freie Zeit. Tätigkeiten wie Schlafen, Vorbereiten von Mahlzeiten und Körperpflege sind verpflichtend, um weiterzuleben oder um das Leben in Ordnung zu bringen. Sie sind private Zwänge (vgl. Wochenschau Nr.3, Mai/Juni 1990). Grundsätzlich versteht man unter Freizeit das Recht, etwas aus eigenem Willen zu tun. Nach Opaschowski (1997) vertreten 70 % der Bevölkerung die Meinung,

“daß Freizeit in erster Linie eine Zeit ist, in der man tun und lassen kann, was einem Spaß macht. Aus einem arbeitsabhängigem Zeitbegriff, der Freizeit negativ als Abwesenheit von Arbeit definierte, hat sich heute ein positives Freizeitverständnis entwickelt: Freizeit ist eine Zeit, in der man *für etwas frei* ist.” (S. 31)

Opaschowski unterscheidet nun die gesamte Lebenszeit nach dem Grad der freien Verfügbarkeit über Zeit und nach entsprechender Wahl-, Entscheidungs- und Handlungsfreiheit.

“*Determinationszeit* liegt vor, wenn das Individuum zu einer Tätigkeit gezwungen bzw. , in der Ausübung der Tätigkeit zeitlich, räumlich und inhaltlich festgelegt ist.

Obligationszeit liegt vor, wenn sich das Individuum subjektiv zu einer bestimmten Tätigkeit verpflichtet fühlt bzw. objektiv aus beruflichen, familiären, sozialen, gesellschaftlichen u. a. Gründen an die Tätigkeit gebunden ist.

Dispositionszeit liegt vor, wenn das Individuum über wahlfreie, selbst- und mitbestimmte Zeitabschnitte verfügt. Die Dispositionszeit stellt eine qualitative Lebenszeit (disponible Zeit/freie Zeit) dar.” (Opaschowski, 1996b: S. 86)

Betrachtet von den Eigenschaften der Zeit her entsprechen diese drei Lebenszeiten der fremd- und selbstbestimmten Zeit (und auch der privat verpflichteten Zeit). Es ist umstritten, ob manche Aktivitäten in der “Freizeit” wirklich selbstbestimmte Aktivitäten sind oder ob die Menschen etwas auch tun, weil die anderen oder die meisten es tun, wie z.B. der Kinobesuch, um einen “Hot-Film” zu sehen oder der Discobesuch der Jugend, weil die meisten Jugendlichen das tun.

Das erwähnte Problem der Selbstbestimmung hat Opaschowski mit einem Beispiel aus dem Sport erläutert. Die Ausübung einer Freizeitsportart kann nicht automatisch unter Dispositionszeit eingeordnet werden. Falls man Sport treibt, um sich z. B. dem "Bräunungskult" der anderen zu unterwerfen, sollte die Tätigkeit nicht zur Freizeitaktivität gezählt werden, obwohl man sie in seiner Freizeit tut. Dagegen gehört der gleiche Sport zur Freizeitbeschäftigung, wenn das Individuum ihn "freiwillig und nicht unter dem Druck der Werbung, des gesellschaftlichen Prestigedenkens und der Verpflichtung seinem Image gegenüber, sondern aus einer inneren Verwandtschaft wählt."¹

So ist der "Qualitätscharakter" in der Überlegung bedeutend, und

"deshalb läßt sich auch freie Zeit nicht daran erkennen, was einer tut, sondern *warum* und *wie* er es tut, aus welchen Beweggründen, mit welcher Zielsetzung und inneren Anteilnahme." (Opaschowski, 1996b: S. 86f.)

Ein nennenswerter Vorteil dieser Erklärung ist, daß die Definition Wert auf das Individuum legt, d. h. auf einen, der Freizeit besitzt. Man bestimmt selbst, unter Berücksichtigung der inneren Beweggründe, ob eine Aktivität eine Freizeitaktivität ist. Während in den vier genannten Definitionsansätzen nur zwei Kernelemente, Freizeit und Arbeit, eine Rolle spielen, ist in dieser Erklärung das Individuum der entscheidende Faktor. Freizeit in dieser Arbeit soll deswegen als die selbstbestimmte Zeit, in der man tun und lassen kann, was man will, definiert werden. Und in der Wirklichkeit denken außerdem die Befragten, bei denen es sich um normalen Bürger und nicht um Freizeitwissenschaftler handelt, normalerweise nicht an freizeitpädagogische Ansätze, sondern an das, was sie im allgemeinen unter Freizeit verstehen. Man kann also sagen, daß diese Definition, Selbst- und Fremdbestimmung, dem Freizeitsverständnis der meisten Leute entspricht. Und eine Befragung mit dieser Freizeitdefinition erreicht wahrscheinlicher das Ziel, das Freizeitsverständnis der Mehrheit der Bevölkerung zu repräsentieren.

1. Reich, Charles: The Greening of America, 1971; zit. nach Opaschowski: Pädagogik des freien Lebenszeit, 1996b.

Freizeitkultur und Individualisierung: Ausgewählte empirische Befunde zum Freizeitverhalten von deutschen Jugendlichen

Im 3. Kapitel, welches der Hauptteil dieser Arbeit ist, wird die Zentralhypothese diskutiert, bevor die Details demonstriert werden. In den einzelnen Punkten dieses Kapitels werden die Daten als Ergebnisse aus verschiedenen empirischen Studien präsentiert. Innerhalb der theoretischen Grundlagen beziehe ich mich auf die Individualisierungsthese von Ulrich Beck. Als empirische Untersuchungen, deren Ergebnisse hier behandelt werden, wurden Studien über Freizeit, Konsumverhalten und Lebensstile von Jugendlichen von Lange, Opaschowski und Shell ausgewählt.

Es erscheint mir wichtig, zunächst den Ausgangspunkt der Arbeit darzustellen. Im 21. Jahrhundert stellt sich unsere Lebenswirklichkeit als eine technologisierte und vernetzte Welt dar. Schon in der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts, in der moderne Technologien sich rapide entwickelt und verbreitet haben, wurden viele wissenschaftliche Forschungen und Studien veröffentlicht, welche die Entwicklung, die Rolle und den Einfluß dieses Modernisierungsprozesses innerhalb verschiedener Lebensbereiche der Menschen untersucht haben. Daraus ging vor allem hervor, daß traditionelle Lebensformen durch neue abgelöst wurden.

Eine wesentliche Rolle spielt beispielweise die zunehmende Mobilitätsbereitschaft des modernen Menschen. In vielen Fällen wird man aufgrund der Arbeits- und Studienplatzbedingungen gezwungen, sich an einem Wohnort anzusiedeln. Das Gefühl, daß man in eine Heimat gehört, ist verschwunden.

Auch die familiäre Struktur hat sich gewandelt. Die Rolle der Frauen ist ein guter Beweis dieser Strukturänderung. Früher waren die Frauen fast ausschließlich als Hausfrauen und Mütter tätig; sie kümmerten sich um den Nachwuchs. Heute sehen wir viele Frauen, die berufstätig sind und gleichzeitig weiterhin für den Haushalt sorgen müssen. Die Situation übt Druck auf die Frau aus, da sie fähig sein müssen, die Ausgewogenheit ihrer Rollen zu bewahren. Dies sind nur zwei Folgen des Modernisierungsprozesses, der immer weiter voranschreitet.

Ausgehend von der allgemein akzeptierten Tatsache, daß der Modernisierungsprozeß auch große Bedeutung für die Lebenswirklichkeit hat, ist meine These, daß die Globalisierung Einfluß auf die Freizeitkultur von deutschen Jugendlichen nimmt. Es zeichnet sich die Tendenz ab, daß die modernisierten Freizeitbeschäftigungen immer mehr an Bedeutung im Leben der heutigen Jugendlichen gewinnen. Wie sich dieser Einfluß auswirkt, werde ich an verschiedenen Formen der Freizeitgestaltung darstellen. Um die Wirkungen der Modernisierung auf das Freizeitverhalten zu erläutern, ist es unentbehrlich, zunächst das Modernisierungsphänomen allgemein darzustellen. Wie entstand der Modernisierungsprozeß? Wie hat sich die Gesellschaft dadurch gewandelt? Diese Fragen werden im nächsten Punkt ausführlich behandelt. Hierzu soll zunächst die Individualisierungsthese von Ulrich Beck, die dieses soziale Phänomen zu erklären hilft, grob dargestellt werden.

In der heutigen hochdifferenzierten Gesellschaft gibt es viele verschiedene Lebensmöglichkeiten. Man kann zwischen vielfältigen Lebenswegen wählen. Wir müssen innerhalb der pluralistischen Lebensformen einen eigenen Weg finden. D. h., daß jeder Einzelne seinen eigenen Lebensweg geht. Unter dem Druck der ökonomischen und gesellschaftlichen Bedingungen bestimmt man selbst sein eigenes Schicksal. Leben kann nicht mehr nachgeahmt werden, denn traditionelle Lebensentwürfe werden abgelöst. Die früheren traditionellen Elemente werden von jedem Individuum ausgewählt, beibehalten, aufgegeben oder neu erfunden. Das Leben wird zu einem "experimentiellen Leben" (Beck, 1997: S.14). Das Leben ist wie ein Eintopf, in dem man selbst wählt, was man hineingeben will. Diese Entscheidung wird nach Beck in der Lebensphase der Jugend getroffen, in der die Bildung eigener kombinierbarer Stile ein wichtiger Bestandteil ist. Das geschieht unter dem stetig wachsenden Einfluß des kommerziellen Marktes, der die Jugend als bedeutende Konsumentengruppe betrachtet (vgl. Ferchhoff, 1999; Diekhof, 1999). Innerhalb der ausdifferenzierten Jugendkulturen, die meist freizeitbezogen sind (vgl. Baacke, 1993; Ferchhoff, 1999) stehen die Jugendlichen vor verschiedenen Wahlmöglichkeiten. Trotz vielfältiger Freizeitkulturen, entsteht die Tendenz, daß bestimmte Freizeitkulturen bei den meisten heutigen Jugendlichen weltweit beliebt sind. Der entscheidende Faktor, der für diese 'Hitliste' von Freizeitgestaltungen verantwortlich ist, sind die Medien. Ein Beispiel dafür ist die Musikkultur der Jugendlichen. Ein weltweites Musikfernsehprogramm wie z. B. MTV ist ein konkretes Beispiel für die

Jugendmusikkultur. Viele Jugendliche auf unterschiedlichen Kontinenten hören die gleichen Musikgenres; in den meisten Fällen schwärmen sie für die gleichen Bands und Sängerinnen. Der Modernisierungsprozeß bzw. der Globalisierungsprozeß hat nach Beck die Welt zusammengebunden. D. h. die Ereignisse, in diesem Fall die Freizeitkulturen, auf der einen Seite der Welt können durch die globale Vernetzung und "Transformation von Raum und Zeit in der Folge globaler Kommunikationsmedien und Massentransportmöglichkeiten" (Beck, 1997: S.13) die Menschen auf der anderen Seite beeinflussen. Viele Medienkanäle gehören zum Alltagsleben der Jugendlichen und beeinflussen so ihre Freizeitaktivitäten.

Wenn sich diese Arbeit mit den aktuellen Aktivitäten der deutschen Jugendlichen beschäftigen will, liegt es also nahe sich auf medienorientierte Freizeitgestaltungen zu konzentrieren. Bevor dies im Punkt 3.2.2 geschieht, muß aber klar werden, daß die Medienwirkung ein gesamtgesellschaftliches Phänomen ist, das sich auf alle Lebensbereiche auswirkt. Deshalb wird zunächst unter Punkt 3.2.1 gezeigt, wie die Freizeitaspekte, die schon lange existieren, die Wirkungen des Modernisierungsprozesses zur Darstellung bringen können.

Die Bedeutung der Medien wird hier mehr betont, denn die medienorientierten Freizeitsbeschäftigungen sind explizit "Produkte" des Modernisierungsprozesses. Sie zeigen unbestritten, wie groß die Rolle der Modernisierung im heutigen Menschenleben ist. Die vielen Jugendforschungen über die Rolle der Medien in der Jugendwelt wie z. B. die Shell-Studien können bestätigen, daß die medienorientierten Freizeitsbeschäftigungen ein deutlicher Indikator dafür sind, daß die Jugendlichen sich der modernisierten Kultur unterwerfen.

Um Mißverständnissen vorzubeugen, möchte ich hier noch festhalten, daß Mediennutzung nicht ausschließlich Freizeitaktivität bedeutet. Die beiden Begriffe sind nicht gleich und können nicht substituiert werden. Es gibt auch Mediennutzung, die nichts mit der Freizeit zu tun hat. (wie z. B. TV-Konferenz). Viele Medienkanäle nutzt man jedoch in seiner Freizeit, um sich zu vergnügen, und sie gehören deshalb zu Freizeitaktivitäten. In dieser Arbeit bedeuten medienorientierte Freizeitbeschäftigungen solche Freizeitaktivitäten, die medienbezogen sind und auf den Einfluß der Modernisierung hindeuten können. Aber bevor über den Medien- und Modernisierungseinfluß diskutiert wird, soll zunächst dargestellt werden, wie die Modernisierung entstanden und wie sie im Ablauf der Zeit bis heute verlaufen ist. Im nächsten Punkt wird der Modernisierungsprozeß in Anlehnung an die

Individualisierungsthese von Beck ausführlich erläutert, und gezeigt, wie die Lebensphase Jugend sich dadurch geändert hat und was der Strukturwandel der Jugendphase ist.

3.1 Theorie der Individualisierung

Spicht man über den heutigen Modernisierungsprozeß, muß man zuerst seine Entstehung berücksichtigen. 1945 ging der 2. Weltkrieg zu Ende, aber seine Wirkungen blieben noch in jeder Ecke der Bundesrepublik zu sehen. Die Bundesbürger hatten die Last zu tragen, das Land wiederaufzubauen. Nach **Beck** (1986) war das Wirtschaftswunder in den sechziger und siebziger Jahren ein wichtiger Ausgangspunkt für die Entwicklung. Das Wirtschaftswunder führte zu der rapiden Vergrößerung der Industrie und des Arbeitsmarktes. Es folgten ein Mangel an Arbeitskräften und die Einkommenserhöhung der Arbeiter. Der durchschnittliche Reallohn der Industriearbeiter verdreifachte sich von 1880 bis 1970. Während das Einkommen von Arbeitern stieg, sank die Arbeitszeit. Gleichzeitig gab es seit den fünfziger Jahren eine Steigerung der Konsumbereitschaft. Neuartige Geräte, die das Leben erleichtern, spielen eine große Rolle im Alltagsleben der Menschen, vor allem, der Arbeiter, die früher den Status des „>proletarischen Habenichtses<“ (Beck, 1986: S.123) besaßen. Private Lebenszeit gewinnt an Bedeutung. Nach Beck sind die drei Komponenten **mehr Lebenszeit, weniger Arbeitszeit und bessere finanzielle Lage** „die Eckpfeiler, in denen sich der >Fahrstuhl-Effekt< im biographischen Lebenszuschnitt der Menschen ausdrückt“ (Beck, 1986: S. 124). Das soziale Phänomen **„Fahrstuhl-Effekt“** bedeutet eine Metamorphose der gesellschaftlichen Form. Wie man weiß, ist die Gesellschaft nach dem 2. Weltkrieg eine traditionale Gesellschaft, in der die Menschen von und mit ihrer Herkunft bzw. Klasse leben. Becks These lautet, daß diese Klassenunterschiede auch in der Bundesrepublik der Nachkriegszeit bestehen bleiben. Gleichzeitig verbessern sich die Lebensbedingungen enorm und radikal. Die Verlängerung der privaten Lebenszeit und die bessere materielle Ausstattung setzen die Änderung der Lebensbedingungen außerhalb der Arbeit in Gang. Als Folge davon „wird die >Klassengesellschaft< *insgesamt* eine Etage höher gefahren“ (Beck, 1986: S.122). D. h. diese soziale Veränderung führt zu einer neuen Art der Ungleichheit, die von Güterbesitz, Einkommen, Bildung usw.

abhängig sind (vgl. Beck, 1986: S.123f.). Die alte traditionale Klassengesellschaft wird allmählich aufgelöst, und es ist für die frühere Arbeiterklasse möglich, sich von ihrer Schicht nach oben hin abzusetzen. Die alten traditionellen Lebensformen der klassenbestimmten Gesellschaft werden durch eine Konsumgesellschaft ersetzt, in der Geld und Güterbesitz im Vordergrund stehen. Die Ungleichheit fällt jetzt auf den Konsumbereich. Das Streben nach einem besseren Lebensstandard (mehr Geld, mehr Zeit und mehr Güterbesitz) erhält immer mehr Bedeutung, und die Karriere ist der Weg zu diesem Aufstieg.

Zwei entscheidende Komponenten im Bereich des Arbeitsmarktes sind **Mobilität und Bildung** (vgl. ebd.: S.125-130). Um eine gute bzw. bessere Arbeit zu bekommen, wird ein hohes Maß an Mobilitätsbereitschaft vorausgesetzt. Man muß bereit sein, wegen eines Studien- bzw. Arbeitsplatzes aus der Heimat fortzuziehen. Eine Folge dieser Umzugsbereitschaft ist die soziale Mobilität bzw. die Wandlung der Lebensweise.

“Die Lebenswege der Menschen verselbständigen sich gegenüber den Bedingungen und Bindungen, aus denen sie stammen oder die sie neu eingehen, und gewinnen diesen gegenüber eine Eigenrealität, die sie überhaupt erst als ein *persönliches Schicksal* erlebbar machen.” (Beck, 1986: S.126)

Gemeint ist die Verselbständigung der Menschen und damit nicht nur die Bereitschaft, aus der lokalen Region umzuziehen, sondern auch die Bereitschaft, sich von den ursprünglichen Bedingungen zu lösen und Anpassungsbereitschaft an eine neue Umgebung zu entwickeln. Die Menschen lösen sich von der alten Lebensform, in der man sich an einem Ort ansiedelt und an seine Umgebung bindet. Die Herkunftsbedingungen, wie z. B. die Geburt in einer Arbeitersfamilie, sind kein Hindernis zur besseren Zukunft; Im Gegenteil: Sie schaffen ein starkes Bewußtsein dafür, wie man das eigene Leben gestaltet. Diese neu entstehenden Individualisierungsschübe existieren bis heute und können als Kennzeichen des modernen Lebens betrachtet werden.

Bevor die jetzige Situation diskutiert wird, soll hier ein Beispiel gegeben werden, wie sich die Individualisierungsschübe auf die Lebensweise auswirken können. Deutliche Folge ist eine veränderte Familienstruktur. Infolge des industriellen Wachstum stieg die Erwerbstätigkeit der Frauen. Von 1950 bis 1980 erhöhte sich die Anzahl der eigenständig erwerbstätigen Ehefrauen um 27 %. Was folgt, ist eine

veränderte Machtbeziehung innerhalb der Familie. Aus der Mutter und Hausfrau wird eine selbständige, berufstätige Frau. Die Frauen haben ihr eigenes Einkommen und sind deshalb unabhängiger. Gleichzeitig folgt das Problem der Rollenverteilung: Es fällt vielen Frauen schwer, eine erfolgreiche *working woman* und gleichzeitig eine ideale Mutter zu sein, vor allem wenn sie aufgrund der notwendigen Mobilitätsbereitschaft zum fernen Arbeitsplatz gedrängt werden. In vielen Familien treffen sich die Mitglieder nur am Wochenende. Deswegen ist die familiäre Struktur lockerer geworden oder ganz aufgelöst.

Eine andere Komponente der Arbeitswelt ist die Bildung, deren Expansion in der sechziger und siebziger Jahren stattfand. Bildung erhält in dieser Zeit viel mehr Bedeutung, weil sie die individuellen Aufstiegschancen erhöht. Bildung ist einerseits Mittel gegen den sozialen Abstieg und andererseits Treppe zur Karrierechance. Der Prozentanteil der Studienanfänger, die aus Arbeiterfamilien stammen, stieg zwischen 1951-1982 von 4% auf 17,3%. Interessanterweise beschränkt sich die Bildungsexpansion nicht nur auf Männer. Der Anteil der weiblichen Studienanfänger der 1960er noch bei nur 25 % lag, verdoppelt sich fast bis 1983 auf rund 43%. Diese Anhebung des Bildungsniveaus führte zu einer Veränderung in der familiären Struktur, Beck nennt dies den "Riß zwischen Generationen" (Beck, 1986: S.128). Früher wurde man durch einen "naturwüchsigen Prozeß" (Beck, 1986: S. 129) erzogen. D. h. man wuchs in einer Umwelt auf, in der nicht nur die Eltern eine wichtige Sozialisationsinstanz waren, sondern auch die feste Struktur der Klassengesellschaft. Von Geburt an wurde man von einer bestimmten Umgebung, von seiner Klasse geprägt, so daß der zukünftige Lebensweg davon vorbestimmt wurde. Dieses klassenbestimmte Schicksal verschwindet nach der Bildungsrevolution. Die Bildung vermittelt fortan neue Denkweisen und ein größeres Streben nach Individualität. Sie ermöglicht Selbstfindungs- und Reflexionsprozesse. Ein höheres Bildungsniveau bietet außerdem die Möglichkeit, einen individuellen Zukunftsentwurf auszuarbeiten. Man bestimmt seine Aufstiegschancen selbst.

Während dieses Prozesses tritt allmählich der Beginn der modernen Gesellschaft ein. Beck hat die Kennzeichen der modernen Gesellschaft und die Zusammenhänge bzw. Wirkungen zwischen der Gesellschaft und dem Individuum in 15 Thesen unterteilt (vgl. Beck, 1997). Im folgenden werde ich die Kernthesen darstellen, um ein Bild der heutigen Bundesrepublik zu geben unter besonderen Berücksichtigung der Situation der Jugendlichen.

Die Individualisierungsschübe, welche eine Folge der oben beschriebenen sozialen Veränderungen sind, wandeln sich zu einer Gewohnheit und erhalten einen festen Platz im Alltagsleben des modernen Menschen. Unter den ausdifferenzierten Möglichkeiten und dem Verselbständigungsversuch (bzw. -zwang) verstärkt sich die Situation des "Mein Leben - Mein Weg". Von den vielen verschiedenen Wahlmöglichkeiten wird großer Druck auf das einzelne Leben ausgeübt. Anders als die frühere konventionelle Lebensform, in der die Lebensschritte vorgezeichnet waren, ist das moderne Leben wegen variabler Lebensmöglichkeiten sehr unterschiedlich. Jeder wählt selbst die passenden Zutaten, kombiniert sie und mischt seinen eigenen Lebenscocktail. So kann man zur gleichen Zeit verschiedene Rollen ausüben. Man ist an seinem Arbeitsplatz ein Chef, ein Ingenieur, ein Angestellter, in seiner Familie ein Vater, ein Ehemann, ein Bruder, in seinem Land ein Bürger, ein Wähler, ein Steuerzahler. Aufgrund dieser komplizierten Rollenverteilung, kommt es manchmal zu Schwierigkeiten, wenn die Rollen nicht in Kongruenz zueinander gebracht werden können. Diese Eigenschaft der modernen Gesellschaft läßt sich in der folgenden Beschreibung erkennen:

"Die moderne Gesellschaft integriert die Menschen nicht als ganze Person in ihre Funktionssysteme, sie ist vielmehr im Gegenteil darauf angewiesen, daß Individuen gerade *nicht integriert* werden, sondern nur teil- und zeitweise als permanente Wanderer zwischen den Funktionswelten an diesen teilnehmen." (Beck, 1997: S.10)

Die Individualität eines Menschen wird in keiner Situation vollständig berücksichtigt. Um dies zu verdeutlichen, werde ich ein Beispiel nennen. Als die Menschen früher noch in einer kleinen Gesellschaft wie in einem Dorf lebten, war die Situation insofern anders, als ein Individuum in seiner ganzen Individualität bestätigt wurde. Herr A war Goldschmied. Wenn man Herrn A erwähnte, dachte man an Herrn A, den Goldschmied des Dorfes. Aber in der modernen Gesellschaft wird die Individualität eines Individuums in jeder bestimmten Situation nur teilweise bestätigt. Herr C ist z. B. am Arbeitsplatz ein Chef, ein Geschäftsmann. Auf der Straße ist Herr C aber nur ein Autofahrer. Für den Staat ist Herr C nur ein Bürger und ein Steuerzahler.

Trotz der Freiheit der Lebenswahl wird man von unabsehbaren Bedingungen eingeschränkt. Totale Freiheit ist nur ein Schein, wenn man sie genauer betrachtet, zeigt sich, was hinter dieser "Freiheit" steckt. Das heutige Leben ist an viele Bedingungen gebunden, die außer Kontrolle geraten sind. Beispiele sind der

Arbeitsmarkt, der Standard der Universitäten, eine wirtschaftliche Krise usw. Diese unkontrollierbaren Elemente werden von den großen Institutionen gelenkt. So ist das Leben ein "institutionenabhängiges Leben" (Beck, 1997: S. 11). Anders formuliert: Das Leben ist abhängig von den Bedingungen, die diese großen Institutionen wie Staat oder Arbeitsmarkt bestimmen. Man muß einerseits mit den Zwängen von den Regeln dieser Institutionen (und auch dem dadurch verursachten Streß) umgehen, und andererseits mit seinen eigenen Erwartungen, mit Erfolg ein Ziel im Leben zu erreichen. Man muß, wie Beck feststellt

"[...], für die neuen Vorgaben dagegen [...] selbst etwas tun, aktiv, findig und pfiffig werden, Ideen entwickeln, schneller, wendiger, kreativer sein, um sich in der Konkurrenz durchzusetzen - und dies nicht nur einmal, sondern dauernd, tagtäglich. Die einzelnen werden zu Akteuren, Konstrukteuren, Jongleuren, Inszenatoren ihrer Biographie, ihrer Identität, aber auch ihrer sozialen Bindungen und Netzwerke." (Beck, 1997: S.11f.)

So sieht man einen lebenslangen Prozeß vor sich. Man führt ein anstrengendes Leben in der konkurrierenden Gesellschaft. "Bastelbiographie" und "Risikobiographie" (Beck, 1997: S.12) sind die Schlüsselwörter, die das Leben in der heutigen Gesellschaft charakterisieren; ein Leben, das mit jedem Schritt das Risiko eines Zusammenbruchs mit sich bringt. Ob man in seinem Leben Erfolg hat, hängt individuell von jedem einzelnen ab.

Das Leben muß ein aktives Leben sein, d.h. nur durch seine eigene Aktivität kann man seinen Status anheben. Man muß alleine die Verantwortung für sein Leben tragen. In der Konkurrenzgesellschaft ist es allerdings unmöglich, daß jeder seinen Traum verwirklichen kann. So bedeutet die Verantwortung auch die für einen möglichen Mißerfolg: "Eigenes Leben - eigenes Scheitern" (Beck, 1997: S. 12). Das Scheitern wird als Schuld des Individuums betrachtet. Beck hat dies "eine neue Unmittelbarkeit vom Individuum und Gesellschaft" (Beck, 1997: S. 12) genannt. Denn es besteht ein Zusammenhang zwischen gesellschaftlicher Krise und persönlichem Schicksal in der Hinsicht, daß die gesellschaftliche Krise (die auch verantwortlich für das mißlungene Leben eines Individuums ist) total oder fast vollständig übersehen wird, und das Scheitern eines Menschen individuell bleibt. Diese These Becks scheint stichhaltig zu sein, da das Phänomen der Massenarbeitslosigkeit hinreichend bekannt ist. Auch ist offenkundig, daß die wirtschaftliche Krise zu jedem Zeitpunkt eintreten kann.

Der Druck der persönlichen Zukunft kann zu einer seelischen Belastung führen. Jemand, der scheitert, wird immer noch als Verlierer, als jemand, der nicht “aktiv, findig und pfiffig” nicht “schnell[...] wendig[...] und kreativ[...]” (Beck, 1997, S. 11) genug ist, betrachtet.

Die geforderten Qualifikationen vom modernen Menschen haben durch die modernen Kommunikationsmittel zu einer zusätzlichen Belastung geführt. Beck erklärt weiter, wie die neuen Technologien in immer höherem Maße auf der ganzen Welt ins Alltagsleben eindringen und es beeinflussen. Diese globale Vernetzung sieht nach Beck:

“Handlungen über Distanzen hinweg - eine neuartige >Ortlosigkeit<, die durch Transformation von Raum und Zeit in der Folge globaler Kommunikationsmedien und Massentransportmöglichkeiten entsteht.”(Beck, 1997: S. 13)

Die globale Vernetzung verbindet die Menschen, bringt sie einander näher, da sie einen gleichen Standpunkt teilen, die Anpassung an eine globalisierte Welt. Man kann sagen, daß die Globalisierung ein Teil des Modernisierungsprozesses ist und zugleich ein wichtiges Instrument, den Modernisierungsprozeß zu verbreiten. Was die Globalisierung mit sich bringt, sind die verschiedenartigen Medien, die immer schneller entwickelt werden. Diese, wie Beck es nennt, “Ortlosigkeit” durch die Medien mündet in einen bedeutenden wechselseitigen Austausch von lokaler Tradition. Aufgrund der Verbreitung der globalen Vernetzung können die Menschen an einem Ort die Ereignisse auf der anderen Seite der Welt wahrnehmen; es entsteht eine unsichtbare aber einflußnehmende Wirkung, so daß die lokalen Lebensstile und das Alltagsleben sich mehr oder weniger ändern. Gleichzeitig können die lokalen Ereignisse oder Lebensstile weltweit verbreitet werden. Wenn in diesem Zusammenhang von lokalen Lebensstilen die Rede ist, kann im Prinzip jeder Ort gemeint sein. Aber in der Praxis ist es meist so, daß nur bestimmte Länder das Privileg des weltweiten Einflusses besitzen. So formt sich eine Pyramide, auf deren Spitze diese wenigen Länder stehen und an deren Grund die meisten Länder liegen, die nur die Rolle des Konsumenten der einflußnehmenden Traditionen spielen. Es entsteht die Tendenz, daß sich die gleichen oder ähnliche Lebensstile unter den Menschen auf der ganzen Welt ausbreiten.

Als eine Folge dieser weltweiten Einflußnahme bestimmter Lebensstile nennt Beck die **Enttraditionalisierung**. Damit ist nicht gemeint, daß alle alten Traditionen ausgelöscht werden, es findet vielmehr eine Selektion von Tradition statt. In einer Zeit der durch Medien vermittelten Traditionen muß das Individuum selbst bestimmen, welche Traditionen und Lebensstile es für sich annimmt. Traditionen werden ausgewählt und angenommen. Das Individuum bewertet selbst, was für es eignet ist.

Zusammenfassend ist zu sagen, daß man in einer hochdifferenzierten Gesellschaft, in der die alten traditionellen Lebensformen verschwunden sind, selbständig das eigene Schicksal bestimmen muß. Man muß lernen, sich anzupassen, um überleben zu können. Dies verstärkt sich im Zeitalter der Globalisierung, in dem man von einem gewaltigen Quantum an Informationen durch neue Kommunikationsmittel überflutet wird. Man kann sagen, daß die Jugend der Jahrtausendwende durch den Modernisierungsprozeß völlig andere Lebenswege gehen wird als die Jugend in der Industriegesellschaft des 20. Jahrhunderts gegangen sind. Der strukturelle Wandel der Jugendphase umfaßt all ihre Lebensperspektiven, von der Denkweise über den Lebensstil bis in die höhere Ebene der wechselseitigen Beziehungen zu ihrer Umwelt.

Wie bereits dargelegt, ist der Aufbau der Ich-Identität eine Kernentwicklung innerhalb dieser Lebensphase. Er bezeichnet den psychischen Prozeß, in dem man in bezug auf seine Umwelt seine eigene Individualität ausprägt. Aber wie ist dies möglich, wenn man in einer pluralistischen Gesellschaft lebt? Nach Ferchhoff (1999) wird seit der späten 60er Jahren kritisch über Reifungs- und Entwicklungstheorien diskutiert.

“Reife wurde dynamisiert, pluralisiert und destandardisiert, in soziale Teilreifen (etwa Schulreife, Berufsreife, religiöse Reife, Geschäftsfähigkeitsreife, Film- oder Kinoreife, Führerscheinreife, Wahlreife etc.) zerlegt, die zu verschiedenen Lebensjahren zugerechnet werden können, und nicht mehr als das ‘Ergebnis irgendeiner epochalen Beschleunigung oder Retardierung in der psychischen oder somatischen Entwicklung’ aufgefaßt, sondern die differenzierten Sozialisationsaspekte wurden zu entscheidenden Reifevariablen.” (Ferchhoff, 1999: S.78)

Der Prozeß des Persönlichkeitsaufbaus bzw. der Identitätsfindung kann infolgedessen nicht mit dem Eintritt in die Geschlechtsreife oder mit der Altersreife abgeschlossen werden.

“Identität besitzt keinen konsistenten *Wesenskern* im Sinne eines stabilen Sinnmittelpunkts, sondern scheint heute vielmehr *Augenblicks-*, *Situations-* oder *Patchworkidentität* zu sein” (Ferchhoff, 1999: S.239)

D. h. unter den vielen gemischten vielfältigen Stilbildungselementen ist die Jugend selbst verantwortlich, ihr Material für die eigene Identität auszuwählen. Bei dieser Patchworkidentität sind die durch verschiedenartige Medien vermittelten Stilbildungselemente beliebig, immer beweglich und modifizierbar und stets nur vorläufig “in” oder “out”. Die Identität der modernen Jugend ist kombinierbar und leicht zu ändern.

Betrachtet man die frühere und die heutige Rolle der Jugend sind die Unterschiede offensichtlich. Am Anfang des Industrialisierungsprozesses mußte die Jugend noch sehr früh in der Lage sein, in das Arbeitsleben einzutreten, um die Familie mit ihrer Arbeitskraft unterstützen. Dies hat vor allem meist die Jungen betroffen, während die Mädchen dazu erzogen wurden, in der Zukunft die konventionelle Rolle der Hausfrau und Mutter einzunehmen. Eine Veränderung hat mit der Beschleunigung des Modernisierungsprozesses begonnen, der einen enormen sozialen Wandel mit sich brachte. Die Jugend wandelte sich zum “Addressaten und Hoffnungsträger der Modernisierung” (Münchmeier, 1992: S.218). Ihre Aufgabe in der modernen Welt besteht darin, zu lernen, sich auf die zukünftigen Risiken der Lebensführung vorzubereiten. Im 2. Teil der Arbeit wurden bereits die Entwicklungsaufgaben dargestellt, die die Jugend lösen muß, um die Erwachsenenrollen weiter übernehmen zu können. Was nicht explizit durch diese Entwicklungsaufgaben, aber allgemein vorausgesetzt wird, ist, daß die Jugend sich darauf vorbereiten muß, wie sie ihr Leben in der Zukunft gestalten will, d. h., sie muß sich schon jetzt “planvoll auf die Zukunft vorbereiten, deren Möglichkeiten sich erweitert und pluralisiert darstellen...” (Münchmeier, 1992: S.51).

Da die individuelle Zukunft der modernen Menschen, anders als früher, nicht mehr genau vorhersehbar ist, und da man selbst für den eigenen Lebensweg verantwortlich ist, trägt die Jugend eine großen Last. Die heutige Jugend verselbständigt sich, erhält mehr Autonomie und bestimmt größtenteils ihren persönlichen Geschmack ebenso selbst wie Freizeitpräferenzen, Freundeskreis, Kleidungsstil usw. Diese Verselbständigung bedeutet auch die Selbstbestimmung des eigenen Lebensplanes. Ihre Zukunft muß sie in die eigene Hand nehmen. Allerdings hängt das gelungene Leben nicht allein von dem Individuum ab. Denn: “Gerade

Individualisierung bedeutet also: Institutionalisierung, institutionelle Prägung [...]” (Beck, 1986: S.212). Institutionen wie Arbeitsmarkt, Staatspolitik spielen eine große Rolle, im Leben jedes einzelnen Individuums. Individualisierungsschübe werden nicht allein von einem Individuum geprägt, sondern auch von den Institutionen. Unglücklicherweise vermag das Individuum es nicht, sein Leben unabhängig von den Institutionen zu führen. Dies bewirkt “die zunehmende Krisenanfälligkeit der entstehenden Individuallagen” (Schröder, 1995: S.21).

Die Institutionsabhängigkeit und die konkurrierende Gesellschaftslage üben Druck auf die Jugend in der Weise aus, daß es trotz aller Bemühungen keine Garantie auf die Sicherheit ihres zukünftigen Lebens gibt. Dies führt zu Unsicherheit und sogar Angst. Obwohl niemand etwas garantieren kann, sind manche Qualifikationen nötig, bevorzugt oder gefordert. So lassen sich die Eigenschaften der modernen Menschen wie Flexibilisierung, Mobilitätsbereitschaft und Anpassungsfähigkeit unter der neuen Generation häufiger finden als früher. Und obwohl hohe Bildungsabschlüsse nicht mehr eine totale Sicherheit für die Zukunft garantieren können, versucht die Jugend, sich eine möglichst gute Ausbildung zu verschaffen (Münchmeier, 1992: S.223), da heutige Lebenschancen auf höheren Bildungswegen beruhen (Ferchhoff, 1999: S.186). Folglich ist Jugendzeit auch Bildungszeit (Ferchhoff, 1999; Münchmeier, 1992; Liebau, 1997). Es wurde bereits erwähnt, daß die Bildung seit den 60er Jahren expandierte. Heute steht die Jugend vor einer großen Menge von Bildungsmöglichkeiten. Aber gleichzeitig gibt es auch mehr Druck. Wenn die Jugend, wie oben erwähnt, sich für ihr Leben planvoll vorbereitet, muß sie die Anforderungen des Arbeitsmarktes beachten.

Die heutige Jugend hat bessere Chancen auf einen Aufstieg als früher. Sie ist selbständiger, offener, individueller und flexibler. Gleichzeitig trägt sie aber auch Verantwortung und muß daher hohe individuelle Belastungen ertragen können.

Freizeit ist ein bedeutender Lebensbereich der Jugend. Sie bietet der Jugend die Möglichkeit, ihre Individualität auszudrücken, ihr wahres Selbst darzustellen. In der Freizeit äußern sich plurale Lebensstile von Jugendlichen und bieten “die Möglichkeiten zur Flucht aus den Alltagszwängen und den [...] erhöhten Anforderungen in der Schule und bei der Berufsausbildung” (Mansel und Hurrelmann, 1991: S.16). Im folgenden Teil der Arbeit wird die Freizeitgestaltung von Jugendlichen dargestellt und illustriert. Er wird erklärt, wie sie sich durch die

Modernisierung gewandelt hat und als ein “Produkt” der Modernisierung betrachtet werden kann.

3.2 Freizeitverständnis von Jugendlichen

Was ist Freizeit für Jugendliche? Wenn wir über Freizeit von Jugendlichen sprechen, müssen wir uns zunächst bewußt machen, welche Bedeutung die Freizeit für die Jugendlichen hat. Wie im 2. Teil bereits erwähnt, ist diese Phase davon gekennzeichnet, daß die Jugendlichen sich von den primären Bezugspersonen ablösen und nach Selbständigkeit streben. Viele jugendlichen Aktivitäten haben einen psychischen Trieb als Quelle. Im Jugendalter taucht häufig das Streben auf, sich von den Nicht-Jugendlichen zu unterscheiden. Es ist die Neigung, sein Jugendlichsein zu demonstrieren. Dies hat Debesse (1941) nach Mönks (1996) “Originalitätskrise” genannt. Originalitätsstreben ist “gleichzeitig das Sich-selbständig-Verhalten gegenüber Erwachsenen und das Sich-solidarisch-Erklären mit den Altergenossen” (Mönks, 1996: S.199). Deshalb sind die Bedürfnisse nach der Gruppenzugehörigkeit und der Selbstdarstellung das Kennzeichen des Jugendalters. Hier lassen sich mögliche Gründe für die verschiedenen Jugendsstile und die Tendenz der gemeinsamen Freizeitaktivitäten, die der Jugend die Chance bietet, ihr Selbst, ihre Originalität zu verwirklichen, ableiten. Mönks definiert in diesem Zusammenhang effektive Freizeit als “nur dann wirklich frei-also befreiend-, wenn sie als Gelegenheit zur Selbstentfaltung und Entspannung erfahren wird.” (Mönks, 1996: S. 122). So bedeutet Freizeit für Jugendliche in erster Linie die Möglichkeit, ihr Ichselbstsein auf eigene Weise darzustellen, wobei die Zeit, die für Jugendliche als Freizeit gilt, nach Lange noch genauer abgegrenzt werden muß als die Zeit,

“die ihnen jenseits von Schulzeit, Berufsausbildungszeit, Erwerbszeit und der Zeit der Einbindung in die hauswirtschaftliche Mithilfe zur Verfolgung vor allem ihrer eigenen Interessen zur Verfügung steht.”
(Lange, 1997: S. 89)

In dieser übrigen, selbstbestimmten Zeit stehen Jugendliche vor vielen verschiedenen Wahlmöglichkeiten, die insbesondere heute durch die Freizeitindustrie in hohem Maß gesteigert werden. Wir leben heute in einer freizeitorientierten

Gesellschaft, in der die Freizeit mehr Bedeutung bekommt und in der der Freizeitsmarkt immer schneller wächst (Opaschowski, 1992, 1996, vgl. 2.2.2).

Dies übt direkten Einfluß auf die Jugend aus. Der Karrierebegriff

“ bekommt Konkurrenz vom Freizeitbereich. Ein vielfältiges Profilierungsfeld für individualistische Karrieren [...] Insbesondere in der jüngeren Generation entwickeln sich zunehmend neue Qualifikationsprofile für Freizeitkarrieren als Musiker, Sportler, Heimwerker, Globetrotter oder Computerfreak.” (Opaschowski, Das Parlament, Januar, 1996: S.8)

So wird Freizeit zu einer eigenständigen Welt, die aber der Arbeitswelt in der Hinsicht ähnlich ist, daß das Individuum (die Jugendlichen) mehr Möglichkeiten zur Selbstverwirklichung hat. In dieser raschen Entwicklung des Freizeitbereichs tritt die Modernisierung in eine wichtige Position. Im Lauf der Zeit hat sich die Freizeit durch Modernisierung gewandelt oder neu erfunden. Unter welchen Aspekten die Modernisierung die Freizeit beeinflußt, wird im folgenden Kapitel aufgeführt.

Bevor als Schwerpunkt die medienorientierten Formen der Freizeitgestaltung behandelt werden, die direkt als Folge der Modernisierung betrachtet werden können, geht es nun um Formen allgemeiner Freizeitgestaltung, die nicht erst mit der Modernisierung zu beobachten sind und damit die Wirkungen, die die Modernisierung auf den Freizeitbereich hat. Diese Wirkungen sind die Erklärung für die große Rolle der Medien in der Freizeit, die weiter im Punkt “medienorientierte Freizeitgestaltungen” diskutiert wird.

3.2.1 Hauptaspekte von allgemeiner Freizeitgestaltung

a) Sport

Es ist nicht übertrieben zu sagen, daß Sport eine der ältesten Aktivitäten der menschlichen Kultur ist. Schon in der Antike gab es Wettkämpfe, und Sport wurde als Begabung, als Kraft der Menschheit betrachtet. Im Zeitwandel hat sich der Sport entwickelt, und die Sportarten haben variiert. Viele Sportarten wurden neu erfunden, vor allem in den letzten 50 Jahren. Dies macht sich bemerkbar in der Sportbegeisterung unter Jugendlichen, die sich stark verändert hat. In der Untersuchung Jugendwerk des Deutschen Shell von 1966 war Sport ein wichtiges Thema innerhalb der Befragung. Es wurde bestätigt, daß das Interesse der Jugendlichen am Sport in den vorigen Jahrzehnten weiter gestiegen ist und daß Sport eine “übergeordnete Bedeutung [hat], gleichgültig ob es sich um eigene aktive

Sportbetätigung oder Interesse an Sportveranstaltungen als passiver Zuschauer handelt” (Jugendwerk der Deutschen Shell, 1966, S. 52). Die damals vorhandenen Sportangebote wurden untersucht, wie z. B. Schwimmen, Fußball, Turnen oder Gymnastik, Tischtennis, Leichtathletik, Federball, Ski oder Rodeln, Radsport, Wandern, Schlittschuhlaufen. Sie können heute als traditionelle Sportarten bezeichnet werden und sind oft an Sportvereine und –verbände oder Sportorganisationen gebunden. Das Ergebnis zeigt, daß 70 % der 15- bis 24jährigen Befragten angegeben haben, “sehr viel” (ca. 7-12 Stunden pro Woche) bis “etwas” (ca. 3-4 Stunden pro Woche) Sport zu treiben. Im Ergebnis zeigte sich die Tendenz der Sportorientierung vor allem unter männlichen Probanden. (Über 50 % der männlichen Jugendlichen trieben mehr als fünf Stunden Sport in einer Woche, während 63 % der Mädchen weniger als fünf Stunden Sport betrieben.)

In den 70er Jahren kam es zu einer wichtigen Veränderung in der Sportentwicklung. Nach Opaschowski (1983) war damals die “bewegungsaktive Erholung” ein neuer Freizeittrend. Die Menschen wollten bewußter das Leben mit ihrem Körper in der freien Natur genießen. Dies beinhaltete nicht nur übliche “Draußenaktivitäten” wie Wandern oder Radfahren, sondern auch jede Form von körperlicher Bewegung bei Spiel und Sport.

“Spielen in zwangloser Form [...] und sportliche Betätigung ohne Zwang zur Vereinsmitgliedschaft [...] stellen attraktive Bewegungs- und Erholungsmöglichkeiten dar.” (Opaschowski, 1983: S. 83)

Bemerkenswert ist, daß die traditionellen Sportarten und der (zwanglose) Eintritt in den Sportverein in dieser Zeit beliebt bleiben. Hinzu kamen ein neues Gesundheitsbewußtsein und ein gesteigertes Interesse für Körper und Wohlbefinden.

“Generell ist festzuhalten, daß der sich weiter verstärkende Trend zur Bewegungsaktivität auch Ausdruck eines *freizeitorientierten Lebensgefühls nach mehr Körperlichkeit* ist, nach mehr sinnlicher Erfahrung des eigenen Körpers bei Sport und Spiel, Wandern und Joggen, Baden und Saunieren, Judo und Yoga” (ebd.: S. 84)

Der Wunsch, "sich wohl in seinem Körper" fühlen zu wollen, ist wahrscheinlich die Erklärung, warum Sportarten wie Joggen, Body-Building oder Fitness-Training einige Jahre später unter den Jugendlichen so freudig angenommen wurden. Ein Beweis dafür haben Strzoda, Zinnecker und Pfeffer (1996) geliefert. Sie stellen fest, daß die Frage nach der Sport- und Bewegungskultur (Joggen und Body-Building) erst in der Jugendstudie von 1984 aufgetaucht ist. Nach der Verbreitung der körperorientierten Kulturen folgten die körperbetonten Selbstdarstellungssportarten, die sich auf der Straße innerhalb der Szene entwickelten: Skateboarden, Streetball, Inline-Skating. Der Straßensport, der eng mit der Hip-Hop Kultur verbunden ist, stammt eigentlich aus dem Getto der Farbigen in den U.S.A. Für die Invasion dieser amerikanischen Sportarten seit Beginn der 80er Jahre sind vor allem die Medien verantwortlich. Im Gegensatz zu den traditionellen Sportkulturen boten diese neuen Typen von Freizeitbeschäftigung für viele Werbeagenturen und Medien eine ideale Chance, ihr Label jugendgerecht zu vermarkten.

Diese modernen Sportarten, die Straßensportarten und oft auch Extremsportarten (oder andere jugendliche Sportarten, die nicht auf der Straße ausgeübt werden wie z. B. Snowboarding) sind bei den Jugendlichen immer noch beliebt. Die wachsende Beliebtheit beim Extremsport verdrängte die Existenz der traditionellen Sportarten. Die Sportvereine haben mit der Zeit ihre jugendlichen Teilnehmer verloren (vgl. 3.2.1 b: gruppenbezogene Aktivität), und der Extremsport wuchs zur Jugendkultur. Dies heißt aber nicht, daß die neue amerikanische Bewegung die traditionellen Sportarten völlig ablöste. Es gibt zweifellos noch die jugendlichen Tennisspieler, Volleyballspieler und Fußball-Fans. Außerdem ist das Fitness-Training und Body-Building, welches von Strzoda, Zinnecker und Pfeffer als "klassisch" bezeichnet wurde, sogar beliebter als früher. Hier sehe ich unterschiedliche Motive an Fitnessbeliebtheit und Extremsport. Während der Extremsport eher "cooler", moderner Ausdruck der Lebensweise und der Jugendlichkeit ist, hält sich der Fitness-boom durch das Leitmotiv "gutes Aussehen und Schönheit". Wenn man ins Fitness-Studio geht, zielt man nicht nur auf einen gesunden Körper, sondern auch auf den gutaussehenden, schönen, idealen Körper. Der "Schönheitskult" (Kugelman, 1997: S. 76), der "Körperkult" (Handschuh-Heiß, 1998, S. 167) verbreitete sich sehr schnell in dieser schönheitsorientierten Gesellschaft. Es ist "trendy", einen idealen Körper zu bekommen - jung, schön, schlank und straff. Es ist zum gesellschaftlichen Zwang

geworden, eine gut gebaute Figur zu haben. Das Streben nach Leitfiguren (meist unter jungen Frauen verbreitet) ist zum gesellschaftlichen Phänomen geworden.

Beim traditionellen Sport und Extremsport ist es dieses Verhältnis anders. Diesen beiden ist gemeinsam, daß sie männlich dominiert sind. Dies zeigt ein Vergleich der Shellstudie von 1966 mit neueren Daten. In der Studie des Jugendwerks der Deutschen Shell von 1997 haben 57 % der männlichen Jugend im Alter von 12-24 Jahren und 49 % ihrer Altersgenossinnen erklärt, daß sie "oft" oder "sehr oft" Sport treiben, Fitneß-Studios oder Saunen besuchen. Auch der Straßensportbereich wird von Männern dominiert. Wenzel hat festgestellt, daß Maskulinität "ein wesentliches Merkmal, das den Stil der Jugendlichen charakterisiert" ist, und dies geht mit "Identitätsbildungen, die sich an Coolness, Freiheit, Körperbeherrschung (Ästhetik), Kraft, Härte und Selbstbehauptung orientieren"(Wenzel, 1997: S. 186) einher. In dieser Hinsicht hat Schwier festgestellt, daß diese Sportarten der männlichen Jugend bei der "Suche nach einem Konzept von Männlichkeit, das in der heutigen pluralistischen Konsumkultur noch identitätsstabilisierend" wirkt, (Schwier, 1997: S.93) helfen. Es ist anzunehmen, daß die gesellschaftsbedingten Werte der Geschlechterrolle hier entscheidend sind. Die Vorstellung des "Machos" entspricht dem Image des Sports; tough, kräftig und energisch. Enger Zusammenhang besteht hier zur sexuellen Attraktivität, die auf diese Weise gut ausgebaut werden kann.

Sport bedeutet in der Jugendphase nicht mehr nur die Rolle "fit for life". Bevor wir das heutige Phänomen berücksichtigen, soll zuerst klar gemacht werden, welche Rolle Sport für die Jugendlichen hat. Sport ist nicht nur nach "draußen gehen und sich und den Körper bewegen", sondern vielmehr eine wichtige Sozialisationsinstanz (vgl. 7. Kinder- und Jugendbericht der Landesregierung Nordrhein-Westfalen, n.d.). Die ermöglicht es, der Kreativität freien Lauf zu lassen (Wenzel, 1997: S.184). Schwier, Janke und Niehues haben den Stellenwert des Sports bei der Jugend untersucht.

"Der gestaltbare eigene Körper verspricht vor allem jene Erfahrungen der Selbstwirksamkeit und Möglichkeiten zur Selbstidentifikation, die in anderen sozialen Feldern zunehmend knapper und abstrakter werden"
(Schwier, 1997: S.90)

"Beim Sport erfährt der Jugendliche seinen Körper, erkennt seine Grenzen.

Sport kann auch zum körperlich-seelischen Gleichgewicht beitragen; über Sport kann man sich abreagieren. Gerade in der Schule ziehen Jugendliche in großem Maße ihr Selbstbewußtsein aus Kraft und Sportlichkeit. Weitaus weniger als etwa Musik oder Mode ist Sport ein Mittel zur kulturellen Selbstdefinitor" (Janke und Niehues, 1995: S.79)

So bildet Sport eine psychische Unterstützung, bietet den Jugendlichen Raum, sich selbst zu verwirklichen, und hilft bei der Entwicklung der Persönlichkeit. Außerdem erfahren die Jugendlichen die Möglichkeiten im Sportverein, ihre Kommunikationsfähigkeit und Gruppenbeziehung auszubauen (Konitzer, Das Parlament, Januar, 1996: S.8). Die psychische Funktion von Sport ist ein Beweggrund, der beantworten kann, warum Sport das Interesse von Jugendlichen nicht weniger als andere Freizeitaktivitäten anzieht. Das Emanzipationsstreben und der Wille zur Selbstverwirklichung führen verstärkt zur Beliebtheit der modernen Sportarten, dem Extrem- und dem Straßensport.

Die Unterschiede (und der Grund für die wachsende Beliebtheit des modernen Sports und des Rückgangs des traditionellen Sports) liegen in dem Aufwand der Ausübung. Beim Straßen- und Extremsport sind nur wenige Instrumente nötig – ein Skateboard, etwas Platz, ein Ball oder ein Korb. (Es gibt zwar die Mode der sogenannten Streetwear, aber typisch dafür sind nur übergroße Shirts, und Jeans oder kurze Hose und Turnschuhe.) Der Sport kann also überall durchgeführt werden. Ein weiterer Vorteil des modernen Sports ist, daß er viel individueller ist, als der traditionelle Sport. Er ist unabhängig von den Sportvereinen und –organisationen, d. h. die Jugendlichen können selbst bestimmen, wo und wann sie spielen. Außerdem gibt es keine strengen Regeln und viel Freiraum, den Wettkampf immer wieder durch neue Spielvariationen anzufeuern. Janke und Niehues behaupten:

“Viele der neuen Sportarten sind nicht zuletzt deshalb so beliebt, weil sie nicht mehr zwingend an ein gegenseitiges Messen oder an erreichte Höhen oder Weiten gekoppelt sind.” (Janke, Niehues, 1995: S. 83)

Die Kreativität ist ein entscheidender Faktor des modernen Sports. Oft sind die Erfindungen von z. B. einer neuen Haltung oder eines neuen Tricks wichtiger, als das bloße Gewinnen oder Verlieren. Bei den Sportvereinen bzw. –verbänden erleben die

Jugendlichen “geringere Entwicklungs- und Abwandlungsmöglichkeiten” und sie haben eher “schwache Verbindungen zu Modetrends” (ebd., S.81). Im Gegenteil hierzu lernen die Jugendlichen in den neuen Sportarten den Charakter des modernen Sports kennen, die Aufregung und Anforderung, persönliche Grenzen und Ängste zu überwinden. Er ist “vitaler Ausdruck der Lebensweise” (Schwier, 1997: S. 90). Die Jugendlichen üben den Sport nicht nur aus, sie erleben gleichzeitig das Image des Sports (das durch die Sport- oder Musikindustrie zu kommerziellen Zwecken verbreitet wird). Dies kann nur selten im traditionellen Sport erfüllt werden. (Ausnahmen sind die Fälle von erfolgreichen Sportlern. In einer Repräsentativbefragung 1994 des EMNID-Instituts im Auftrag von *Spiegel und Spiegel Special*, die 2034 14- bis 29jährigen erfaßte, wurden bekannte Sportler wie Boris Becker, Franz Beckenbauer, Steffi Graf und Michael Schumacher als “große Deutsche” (Schnibben, 1994: S. 68) gewählt). Sportlerinnen und Sportler werden durch kräftiges, junges, modernes Aussehen zu Vertretern der modernen, neuen Generation – zu wünschenswerten Traumvorbildern präsentiert. Durch die Vermarktung solcher Idole innerhalb der Medien, sind Sportlichkeit und sexuelle Attraktivität immer enger aneinander gekoppelt worden. Globale Kommunikation ermöglichte weltweites Marketing von Sportartikeln, so daß der moderne Extremsport bereits zur “globalen Aktivität” (Schwier, 1997: S. 91) gehört.

Das soll heißen, daß Sport für die Jugend in der modernen Gesellschaft nicht nur an einem Ort begrenzt ist. Die Jugend hat die Chance, neue Trendsportarten wahrzunehmen. Gleichzeitig akzeptiert sie eine neue Wertstellung, die mit dem kommerziellen Ziel durch die Werbung kommt, für sich. Sie hat einen breiten Wahrnehmungshorizont, aber bekommt auch den Druck, das Idealeitbild nachahmen zu können.

b) Gruppenbezogene Aktivitäten

Um das Freizeitverhalten von Jugendlichen genauer zu untersuchen, muß ein besonderer Schwerpunkt auf die Sozialinstanz der “Peer-Gruppe” gelegt werden. Die Peer-Gruppe hat im Jugendalter viele Funktionen (vgl. Punkt 2.1.2) wie z. B. Identitätsfindung und -stabilisierung, die mit der Persönlichkeitsentwicklung einhergehen. Die Peer-Gruppe bietet den Jugendlichen den Freiraum, sie selbst zu sein und sich zu verwirklichen. Für die Freizeitaktivitäten hat sie eine bedeutende

Rolle innerhalb der Entwicklung von Verhaltensmustern, Ritualen und Interessensverwirklichung. Wenn wir über Peers sprechen, reden wir normalerweise über Gleichaltrige. Eigentlich sollen mit Peers aber die Personen bezeichnet werden, “die hinsichtlich bestimmter sozialer Attribute als gleichwertig und gleichrangig wahrgenommen werden” (Hampsch, 1998: S. 71). Was die Gruppe zusammen hält, ist nicht in erster Linie das Alter. Wie Schröder festgehalten hat, bestehen und wirken Peer-Gruppen auf drei Ebenen:

“als große Gemeinschaft mit gleichen Interessen, Vorlieben und Werthaltungen, als informelle Gruppe, der ein Jugendlicher angehört oder angehören möchte und als Freundschaft mit spezifischen Bindungserfahrungen” (Schröder, 1995: S.111)

Emotionale und soziale Beziehungen festigen sich vor allem durch die Homogenität der Gruppe bezüglich gemeinsamer Geschmacksrichtungen, Interessenschwerpunkte und Aktivitäten. Schröder hat weiter festgestellt, daß diese gemeinsamen Aktivitäten der Gruppe in der Regel an bestimmten Orten stattfinden, den sogenannten “Settings” (Schröder, 1995: S.114).

In der Peer-Gruppe gibt es unterschiedliche Bindungsformen, sowohl formelle Formen wie Vereine, Verbände oder Organisationen, als auch informelle Formen wie Freundeskreis oder fester Freund/feste Freundin. Hampsch (1998) hat auf der Grundlage verschiedener Studien bezüglich der unterschiedlichen Formen der Geselligkeit die Beziehungskonstellationen der Jugendlichen wie folgt formuliert:

1.“Das Einzelgängertum”: Diese Art Jugendliche hat außerhalb der Schule oder der Arbeit kaum Kontakte mit den Peer.

2.“Peer-Beziehungen in kleinen Einheiten”: In dieser Form der Geselligkeit bestehen die Mitglieder der Peer-Gruppe nur aus einigen Freunden und Freundinnen. Die Gruppierung ist in der Regel gleichgeschlechtlich. Zu den kleinen Einheiten gehört aber auch das heterosexuelle Paar.

3.“Die Clique”: In der Clique binden sich die Mitglieder offensichtlich enger als in der zweiten Form durch gemeinsame Aktivitäten oder durch einen gemeinsamen Modestil, der nach außen zur Schau gestellt wird. Hampsch hat die Beziehung beschrieben als eine,

“die gekennzeichnet ist durch eine (relativ) feste Mitgliedschaft, häufiges, meist sogar tägliches Zusammensein in der Gruppe und

ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl, das nach außen durch ein besonderes Erscheinungsbild (Kleidung, Abzeichen usw.) und/oder ein gemeinsames Auftreten dokumentiert wird” (Hampsch, 1998: S. 78)

4. “Die ‘Szene’”: Diese Gruppenform besteht aus vielen Personen, welche zwar gleiche oder gemeinsame Werthaltungen oder Geschmäcker oder Freizeitpräferenzen teilen, aber in diesen Beziehungsformen keinen Gruppencharakter haben, d. h. es gibt keine feste Mitgliedschaft oder Zusammengehörigkeit. Eine Szene kann sich zum Beispiel über die gemeinsame Musikpräferenz unter Fans bilden.

5. “Mitgliedschaft in Vereinen oder Verbänden”: Die Jugendlichen, die Mitglieder in Vereinen oder Verbänden sind, verfolgen zusammen ganz bestimmte Interessen (und Aktivitäten). In dieser formellen Form können die Jugendlichen auch informelle Beziehungen ausbauen. Aber nach Oswald (1992) gehen die Jugendlichen oft schon mit Freunden in die Vereine und Verbände, und bilden eher selten neue Freundschaften. So kann man sagen, daß Vereine für das Sich-Integrieren der Jugendlichen in die Peer-Welt nur eine untergeordnete Rolle spielen.

Heute gibt es sowohl eine große Menge von gruppenbezogenen Freizeitangeboten als auch ein großes Bedürfnis nach Geselligkeit unter den Jugendlichen. Diese Situation war in den 50er und 60er Jahren noch ganz anders, als der Anteil der jugendlichen Einzelgänger viel höher war als heute (Hampsch, 1998). Schröder (1995) hat die Ergebnisse der Untersuchungsreihe des EMNID-Instituts in Kooperation mit dem Jugendwerk der Deutschen Shell (1966) und des Jugendwerks der Deutschen Shell (1975, 1977, 1985, 1992) verglichen. Offensichtlich hat die Integration in die Peer-Gruppe sowohl bei männlichen als auch weiblichen Jugendlichen zwischen 1964 und 1975 eine erhebliche Steigerung erfahren. Auf die Frage: “Sind Sie in einem Kreis von jungen Leuten, der sich regelmäßig oder öfters trifft, und sich zusammengehörig fühlt? Ich meine nicht einen Verein oder Verband!” haben im Jahr 1964 nur ca. 42% der Mädchen und 59% der Jungen mit Ja geantwortet. Ein großer Sprung ist im Jahr 1975 mit 69% der Mädchen und 80% der Jungen vorgekommen. Der Prozentanteil ist leicht gesunken, d. h. im Jahr 1977 haben 68% der weiblichen Jugendlichen und 72% der männlichen Altergenossen angegeben, sich im Freundeskreis zu integrieren. Aber nach 1977 ist der Prozentanteil wieder gestiegen. 75% der weiblichen und 78% der männlichen Jugendlichen blieben 1985 noch in dem Freundeskreis und sieben Jahre später blieb der Prozentsatz der

Integration von weiblichen Jugendlichen unverändert, während der der männlichen Jugendlichen auf 81% stieg. Vergleicht man die Ergebnisse mit dem Ergebnis der 1995 von Schröder durchgeführten Untersuchung sieht man dort ein deutliches Sinken des Prozentsatzes. Was ist der Grund? Was verursachte diesen Unterschied? Es dürfte klar sein, daß die Peerbeziehung 1995 nicht weniger Bedeutung für Jugendliche hatte als 1992. Die Antwort liegt wahrscheinlich in der Fragestellung. Während es sich in der Befragung von EMNID-Institut und dem Jugendwerk der Deutschen Shell um "einen Kreis von jungen Leuten" handelt, ist die Frage von Schröder bestimmter, weil es um "eine feste Gruppe, in der jeder jeden kennt, und in der so manche gemeinsame Aktion läuft" geht (Schröder, 1995: S.119). "Gemeinsame Aktion" ist auch nach Schröders Meinung der Grund, warum der Prozentsatz der Cliquenzugehörigkeit deutlich niedriger ausfällt. Das Sinken der Zugehörigkeitsbereitschaft aufgrund des Verlangens nach Aktivitäten ist keine neue Tendenz. In der Untersuchung von Grieswelle (1978), die im Saarland durchgeführt wurde, ist nach der Art von Gruppe gefragt worden, an der die Befragten teilnehmen wollen. Die Mehrheit der Jugendlichen bevorzugte eine Gruppe, in der sie "zwanglos" gehen und kommen können, wie sie wollen, und die "nicht so hohes Engagement fordert" (vgl. Grieswelle, 1978: S. 146). Und das wichtigste Motiv, in ein Jugendzentrum zu gehen, war "Kontaktpflege und geselliges Beisammensein". Aufgrund dieser Ergebnisse kann man schlußfolgern, daß die Jugendlichen größtenteils informelle Gruppenbeziehungen bevorzugen, in denen Unternehmungen mit Freunden, Freundinnen und Bekannten im Vordergrund stehen. Sieht man sich heutige Trends des bevorzugten gruppenbezogenen Freizeitmusters an, steht der Wunsch nach Geselligkeit immer noch an erster Stelle. Nach Langes Untersuchung von 1996 haben 61% der Jugendlichen, "mit Freunden klönen, diskutieren" als häufig ausgeübte Freizeitbeschäftigung angegeben. Andere beliebte gruppenbezogene Freizeitaktivitäten, mit denen Jugendliche häufig beschäftigt sind, waren "Diskotheken besuchen, tanzen" (43%), "Parties besuchen" (39%), "Gaststätten, Kneipen besuchen" (33%) und "Besuch einer Jugendgruppe" (19%). In der Shell- Jugendstudie von 1997 wird von Fritzsche bestätigt, daß fast alle befragten Jugendlichen (93%) "mit Freunden zusammen sein" als "häufige" und "sehr häufige" Freizeitbeschäftigung angegeben haben. 1999 hat die Zeitschrift *Der Spiegel* die Ergebnisse der Befragung, die vom EMNID-Institut im selben Jahr durchgeführt wurde, dargestellt und berichtet, daß 85 % am liebsten in ihrer Freizeit "Freunde treffen" (Mehrfachnennungen).

Hampsch (1998) fügte hinzu, daß die Bedürfnisse nach sozialen Kontakten sich am Wochenende erhöhen.

Es ist also allgemeiner Konsens, daß die geselligen Unternehmungen innerhalb der Peers im Bereich der Freizeitgestaltung wichtigste Präferenz sind. Die Mehrheit der Jugendlichen neigt dazu, sich in ihrer Freizeit mit anderen zu vergnügen, bzw. sich den Peers zu integrieren. Das allgemeine Bedürfnis nach Geselligkeit äußert sich jedoch nicht nur in gruppenbezogenen Freizeitaktivitäten. Jugendliche, die formelle Gruppenbeziehungen eingehen, haben in der Untersuchung von Grieswelle einen anderen, spezifischeren Grund des Bedürfnisses nach Geselligkeit genannt - die "sinnvolle Freizeitgestaltung". Fritzsche hat in der Shell-Studie von 1997 dargestellt, daß fast die Hälfte der 13-24jährigen Jugendlichen 1996 zu Vereinen und Organisationen ging. Sieger dabei sind immer die Sportvereine (vgl. Grieswelle, 1978; Fritzsche, 1997; Hampsch, 1998). In einer Befragung von Grieswelle (1978), die 1,187 Stichproben von der 10. bis 12. Klasse der Gymnasien und Berufsschulen im Saarland umfaßt, haben 72,4% der befragten Gymnasiasten und 53,3% der befragten Berufsschüler angegeben, Mitglied in einem Verein oder einer Jugendorganisation zu sein. Ferner wurde diese Jugendgruppe gefragt, in welchem Verein oder welcher Organisation sie die meiste Zeit verbringt. Der erste Rang war in beiden Gruppen der gleiche. Die saarländische Sportjugend im Landessportverband Saar stand mit 58,6% der Gymnasiasten und 49% der Berufsschüler an der Spitze. Es zeigt sich ein deutlicher Unterschied zum zweiten Rang, zum Bund der Deutschen Katholischen Jugend, bei dem die Mitgliedschaft nur 14% der Gymnasiasten und 7,6% der Berufsschüler betraf. Ganz ähnlich sind die Ergebnisse der Shell Studie von 1997. Insgesamt widmen 39% der Jugendlichen ihre Zeit einem Sportverein (1. Rang), während kirchliche, konfessionelle Jugendgruppen mit 8 % der jugendlichen Mitglieder an der 2. Stelle stehen. Es folgen an 3. Stelle Kulturvereine (wie z.B. Theaterring, Jugendorchester) mit 6 % an Mitgliedern. Hampschs Untersuchung (1998) unterstützt die Validität dieser Ergebnisse. Mehr als die Hälfte der Befragten sind Mitglieder in einem Sportverein, der wieder der häufigsten Nennungen erhielt. Es folgen schulische Angebote mit 39,9% und kirchliche Gruppen mit 23%. Trotz dieser großen Beliebtheit gibt es Berichte über kontinuierlichen Mitgliederschwund der 15-22jährigen in Sportvereinen. Die folgende Tabelle zeigt das Sinken der Teilnahmezahlen an den zehn Hauptsportarten:

Mitglieder	1992	1989	1984
Turnen	428899	471208	516577
Tennis	372768	386066	331463
Fußball	364925	378488	578273
Tischtennis	181009	194563	211241
Handball	180623	206843	247593
Leichtathletik	157651	178798	201817
Reiten	113896	117728	143046
Volleyball	111431	122280	138788
Skisport	108028	130401	147502
Schwimmen	89302	96196	115267

Quelle: Janke/Niehues, 1995: S. 82

Es ist nicht schwierig, einen Grund für diese Abnahme zu vermuten. Die Konkurrenz zwischen traditionellen Sportarten und den neuen Formen des modernen Sports sind bekannt. Janke und Niehues haben festgestellt, daß in den traditionellen Sportarten kaum Entwicklungs- und Abwandlungsmöglichkeiten zu finden sind. Sie haben nur wenig Zusammenhang mit modernen Trends, während die neuen Sportarten mehr dem "Jugendimage" entsprechen. Der moderne Sport braucht keine Organisation, keine Regeln, die in einem Sportverein verlangt werden. Und viele neue Sportarten "wehren sich sogar explizit dagegen – der Widerstand, sich einer Vereinsdisziplin unterzuordnen, wird bei Jugendlichen immer größer" (Janke und Niehues, 1995: S. 82).

Das Interesse an Jugendorganisationen und -vereinen ist also geringer geworden. Diese formelle Gesellungsform scheint keine große Rolle mehr im Freizeitverhalten von Jugendlichen zu spielen. Viel bedeutsamer ist anscheinend die informelle Gruppierung der Jugendlichen geworden. Peerbeziehungen haben im Unterschied zu den formellen Gesellungsformen an Attraktivität gewonnen. Viele gruppenbezogene Aktivitäten unter Peers formen neue Jugendkulturen und -stile wie z. B. Disco- und Kneipenkultur. Hier hat natürlich schon seit langem die Wirtschaft angesetzt, die aus dem steigenden Bedürfnis nach Neuartigem eine Goldgrube geschaffen hat. "up-to-date" Konsumangebote finden unter jugendlichen Konsumenten den richtigen Markt. Es besteht das Verhältnis einer Wechselwirkung, in der einerseits die Jugendlichen von mehr Möglichkeiten profitieren, andererseits die

marktgesteuerte Freizeitindustrie aus der Neigung zur Geselligkeit großen Gewinn zieht. Wie diese Verhältnis läuft, wird im nächsten Punkt erläutert.

c) Konsum im Freizeitbereich

Konsum und Jugendliche ist vielleicht ein weiteres interessantes Feld der Freizeit im Jugendleben. Wir alle konsumieren in jedem Lebensalter, aber die Frage ist, inwiefern sich der Konsum von Jugendlichen von dem von Erwachsenen und Kindern unterscheidet. Im Kindersalter ist die Kaufentscheidung fast in jedem Fall abhängig von den Eltern. Mit dem Eintritt ins Jugendalter ändert sich dies allmählich. Während die meisten Jugendlichen wegen der finanziellen Lage teilweise zwangsläufig unter der Kontrolle der Eltern bleiben (dies verringert sich mit zunehmendem Alter, wie im Weiteren unten erläutert wird.), entwickeln sie gleichzeitig Selbständigkeit und eigene Bedürfnisse, und das resultiert in eigenständigerem Kaufverhalten und eigenständigen Konsumstilen, die die Jugendlichen zu einer attraktiven Zielgruppe des Marktes machen. In diesem Punkt werden wir sehen, für was die Jugendlichen ihr Geld ausgeben, was die inneren Kaufbedürfnisse sind, die der kommerzielle Markt nutzen kann, und wie es sein wird, wenn das Konsumverhalten bei immer mehr Jugendlichen zu Problemen führt.

In der folgenden Tabelle wird deutlich, daß sich sowohl im Jahr 1990 als auch im Jahr 1996 das Einkommen kontinuierlich mit dem steigenden Alter erhöht. Das ist vermutlich durch den Statuswechsel von der Schulausbildung zur Berufstätigkeit bedingt.

	Einkommen			
	West		Ost	
	1990	1996	1990	1996
Altersgruppe				
15-Jährige	84,-	135,-	-	134,-
16-Jährige	246,-	199,-	-	197,-
17-Jährige	264,-	307,-	-	358,-
18-Jährige	569,-	483,-	-	567,-
19-Jährige	621,-	925,-	-	871,-
20-Jährige	797,-	1064,-	-	997,-

Einkommen				
	West		Ost	
	1990	1996	1990	1996
Statusgruppe				
Schüler/Studenten	328,-	-	-	-
Schüler	-	298,-	150,-	188,-
Studenten	-	1093,-	-	810,-
Auszubildende	642,-	882,-	240,-	758,-
Berufstätige	1519,-	2209,-	1000,-	1692,-
Sonstige	620,-	707,-	-	754,-

Quelle: Lange, 1997: S.48

Außerdem ändert sich auch die Einkommensquelle mit steigendem Alter. Mit zunehmendem Alter sinkt die Bedeutung des Taschengeldes, während die anderen Geldquellen (vor allem Jobs und Lohn) mehr Bedeutung bekommen. Im Jahresvergleich ist bemerkenswert, daß deutlich mehr Jugendliche ihr Taschengeld als Haupteinkommensquelle haben (insgesamt 1990: 62 %, 1996: 85%). In der von Lange durchgeführten Untersuchung wurde auch gefragt, für welche Güter die Jugendlichen ihr Geld am häufigsten ausgeben. An erster Stelle stehen Ausgaben für Kleidung, dann kommen Musikwaren wie CDs und Schallplatten und es folgen Kinobesuche, Diskothekenbesuche und Geschenke. Es gibt drei entscheidende Faktoren, die die Ausgaben beeinflussen. Das Geschlecht ist der erste Faktor. Erstnennung der Konsumausgaben der Jungen sind Musikkassetten und CDs. Danach folgen Ausgaben für Fahrzeuge, Alkohol und Sportveranstaltungen. Bei Mädchen ist es ebenfalls erwartungsgemäß prototypisch. Am häufigsten geben sie ihr Geld für Kosmetik und Schmuck aus, dann Blumen und Geschenke, Kleidung und Bücher. Der zweite Faktor ist das Alter. Je älter die Jugendlichen sind, desto höher sind die Ausgaben für Grundnahrungsmittel und den Besuch von Gaststätten. Der dritte Faktor ist Bildung. Hier ist es offensichtlich, daß mit höherer Bildung mehr für kulturelle Dinge wie Bücher, Theaterbesuche aber auch für Reisen und Gaststättenbesuche ausgegeben wird. Für Diekhof (1999) sind diese Konsumgüter nicht nur Konsumgüter, sondern sie erfüllen die inneren Bedürfnisse der Jugendlichen. Das Kaufen funktioniert auch auf der psychischen Ebene. Diekhof nennt verschiedene

Produkte und Dienstleistungen, die die Bedürfnisse von Jugendlichen besonders befriedigen können.

1) Mode¹

In erster Linie wählen die Jugendlichen ihren Modetrend nach dem persönlichen Geschmack, d. h. Mode ist wie ein individuelles Symbol. Sie ist Symbol des Ausdrucks der eigenen Einzigartigkeit. Viele Jugendliche drücken ihre Identität bzw. ihren Lebensstil durch Mode (wie z. B. sportlicher Style, Punk- oder Rock-Mode, Grufti-Look) aus. Infolgedessen bietet Mode die Möglichkeit des Aufbaus von Zugehörigkeit (unter Jugendlichen mit gleicher Identifikation) und auch der Abgrenzung (von anderen Gruppen wie z. B. in der Gegenkultur). In diesem Alter, in dem das Selbstbild noch instabil und das Streben nach Individualität und Eigenständigkeit so stark ist, ist es normal, normabweichende, originelle Mode zu favorisieren. Im Modebereich erfahren die Jugendlichen die Differenzierungs- und Distinktionsmöglichkeiten - ein Feld zum Ausprobieren und zur Selbstdarstellung. Es ist nicht verwunderlich, daß Mode ein wichtiges Element der Jugendkulturen ist und daß es deshalb in der Rangliste der Konsumbedürfnisse von Jugendlichen weit oben steht.

2) Dekorative und pflegende Kosmetik

Für die Jugendphase ist kennzeichnend, daß die Jugendlichen ihr Interesse auf ihre körperliche Reifung richten. Das Körperbewußtsein hat direkte Relevanz für die steigende Bedeutung der Kosmetik im Jugendalter. Nach Diekhof haben die Kosmetikprodukte ganz ähnliche Funktionen wie Kleidung, d. h. die Jugendlichen nutzen Kosmetik zur Verschönerung und Veränderung. Das Nutzen von Kosmetikprodukten ist auch Selbstdarstellung und Ausdruck der Persönlichkeit und geschlechtlicher Attraktivität. Kosmetik wird zusammen mit Mode für die Gestaltung der Gruppenkonformität verwendet. Beispiele sind Haarfärbungen, Nagellack in spezifischer Farbe oder eine bestimmte Art, sich zu schminken. Es ist anzumerken, daß Jugendliche nicht alle Kosmetikprodukte selber kaufen. Seifen z. B. nutzen die meisten Jugendlichen gemeinsam mit den Familien. Die Produkte mit hoher individueller Außenwirkung (wie dekorative Kosmetik, Parfüm) werden eher von den Jugendlichen selbst gekauft.

3) Musik und Medien

Musik ist ein bedeutsames Element in der Jugendkultur. Diekhof stellt fest, daß im Musikkonsum zwei Motive zusammenwirken. Erstens das Motiv des Selbsterlebens und der emotionalen Stimulierung (wie z. B. Vergessen, Zerstreuung, Rauscherlebnisse) und zweitens außenorientierte, soziale Motive. D. h. Musik wirkt als Mittel der Gruppenzugehörigkeit sowohl in der Peer-Gruppe wie auch in größeren Bezugssystemen wie z. B. der Fankultur. Beim Umgang mit der Musik brauchen die Jugendlichen aber Medien wie z. B. CD-Player, Kassettenrekorder oder Hifi-Anlagen. Die Konsumgüter, die für den Musikkonsum erforderlich sind, und die damit verbundenen Handels- und Dienstleistungen (wie z. B. Diskotheken oder Konzerte) sind unter Jugendlichen sehr beliebt. Die Geräteausstattung kostet aber einiges an Geld. Es ist möglich, daß die Jugendlichen nicht über ausreichend Mittel verfügen. In diesem Fall können die Jugendlichen teilweise ihre Eltern zum Kauf bewegen. Dies ist ein Beispiel für den Einfluß der Jugendlichen auf die Kaufentscheidung der Eltern, der später noch näher behandelt wird.

4) Sport

Sport ist nach Diekhof eine der wichtigsten Freizeitbeschäftigungen. Es ist ein Feld der Selbstdarstellung und Erprobung eigener Fähigkeiten und der Gruppenzugehörigkeit (vgl. Punkt 3.2.1. a: Sport). Die sportbezogenen Produkte und Waren stehen demnach in der Hitliste der Konsumgüter von Jugendlichen ebenfalls weit oben. Allerdings ist für Sportausrüstung sehr viel Geld erforderlich. Sie muß deshalb häufig durch die Eltern finanziert werden.

5) Freizeitbezogene Dienstleistungen

In der Freizeit von Jugendlichen sind die Gleichaltrigen ein wichtiger Bezugspunkt (vgl. Punkt 2.1.2). Deshalb haben die Freizeitorte, wo die Jugendlichen sich mit der Peer-Gruppe treffen, große Bedeutung im Konsumbereich. Diese Orte sind z. B. Kneipen, Diskotheken, Kinos usw.

Die genannten Konsumgüter und Dienstleistungen befriedigen also psychische Bedürfnisse der Jugendlichen. Mit diesen lassen sich nach Diekhof auch ihre Konsumstile erklären.

In der jugendlichen "Phase des Suchens und Ausprobierens" (Diekhof, 1999, S. 77), in der die Suche nach Ich-Identität die Hauptrolle in der Entwicklung spielt,

¹ Mit "Mode" meint Diekhof textile Kleidung, Schuhe und Accessoires.

scheint es, daß die Jugendlichen immer mehr dazu bereit sind, neue Sachen auszuprobieren, neue Erlebnisse zu genießen. Hier liegt die Tendenz, von traditionellen Dingen abzuweichen. Diese Offenheit führt dazu, daß sie Neuerungen weniger Widerstand entgegenbringen als Erwachsene. Und deswegen sind die Jugendlichen oft besser über neue Produkte und Marken informiert als die ältere Generation. Aber es kommen immer mehr neue Produkte auf den Markt, und sobald die Güter stark verbreitet sind und die Neuartigkeit verlieren, suchen sich die Jugendlichen wieder aktuellere. Auch Janke und Niehues (1995) sind dieser Meinung. Die Jugendkultur ist "eine große Chance, neue, kurzlebige und überflüssige Produkte auf den Markt zu werfen" (Janke und Niehues, 1995: S. 27). Nach Diekhof ist der schnelle Wechsel das Resultat des Verlierens der Symbolik von Gütern, m. a. W. wenn die neuen Güter weit (auch außerhalb der jugendkulturellen Szenen) verbreitet und akzeptiert sind, verlieren sie ihre Differenzierungssymbolik, die die Jugendlichen von anderen Gruppen abgrenzt und müssen deshalb durch andere neue Produkte ersetzt werden. Als Folge davon ist das "in" und "out" sein von Produkten für die Jugendlichen sehr wichtig.

Ein anderer Weg, durch den die Jugendlichen ihre Differenzierung markieren und Gruppenzugehörigkeiten erklären, ist der Konsum von Markenprodukten. Nach Ferchhoff (1999) ist der Besitz der In-Marken Mittel der Zugehörigkeit und bietet den Jugendlichen eine Garantie der Akzeptanz in der Clique. Obwohl die Jugendlichen oft markenbewußt sind, sind die Marken bei verschiedenen Konsumgütern unterschiedlich bedeutend. Bei Kleidung und Sportgeräten sind sie ein wichtiger Faktor bei der Kaufentscheidung. Der Markt nutzt die inneren Bedürfnisse, um seine Produkte für die Jugend attraktiv zu machen. Durch Werbung präsentiert er das Image, das dem (gewünschten) Selbstbild der Jugendlichen entspricht. Daß der Markt Jugendliche zur Zielgruppe nimmt, hat auch einen indirekten Effekt. Die Jugendlichen beeinflussen andere Kunden - ihre Eltern. Nach Diekhof erhöht sich der Einfluß der Jugendlichen auf die Kaufentscheidung der Eltern mit der zunehmenden Selbstständigkeit im Konsumbereich d. h. mit der zunehmenden Anerkennung der individuellen Bedürfnisse der Jugendlichen durch die Eltern. Durch die zunehmenden Konsumkenntnisse und -erfahrungen sind die Jugendlichen eigenständiger (im Konsumbereich) und können ihre Wünsche auch deutlicher äußern. Diekhof weist aber darauf hin, daß der Einfluß der Jugendlichen im Ausmaß je nach Produkt und auch innerhalb einer Produktkategorie variiert. In der Tendenz ist es so, daß bei

Produkten, die die Jugendlichen häufig verwenden und bei denen sie über gute Produktkenntnisse verfügen, ihr eigener Entscheidungsanteil höher ist. Auch beim Kaufen von Produkten an denen die Jugendlichen ein hohes Interesse haben (und Eltern ein niedriges) ist der Einfluß der Jugendlichen hoch. Diekhof vermerkt dazu:

“Die Jugendlichen können als alleinige Entscheider bei den Käufen der Eltern für die eigenen Bedarfe der Jugendlichen und als Initiatoren, Informanten, Berater und Mitentscheider bei den Käufen der Eltern für den gemeinsamen Bedarf sowie für den individuellen Bedarf der Eltern agieren, so daß eine Ausrichtung der Marketingsinstrumente auf die Jugendlichen zu einer Erhöhung der Unternehmensumsätze mit den Eltern führen kann” (Diekhof, 1999: S. 166)

Obwohl der Konsum emotionale und soziale Funktionen hat, kann ein übermäßiges Konsumverhalten zu Schwierigkeiten führen. Nach Lange (1997) hatten im Jahr 1996 bereits 5 % aller Jugendlichen d. h. eine Viertelmillion, Einkünfte, die niedriger als ihre Schulden waren. Im Jahr 2001 war diese Zahl nach dem Projekt “Jugend und Geld” der Joseph-Beuys-Gesamtschule Düsseldorf auf 850000 Jugendliche angestiegen. Es scheint keine Bremse mehr für die Konsumwünsche zu geben. “Kaufe und genieße jetzt” scheint das Motto der heutigen Jugendlichen zu sein. In einer Studie der Universität Oldenburg von 1999 wurde dies bestätigt, denn nur 24 % von 1000 jugendlichen Befragten sind bereit, auf ihre Konsumwünsche aufgrund Geldmangels zu verzichten. Zwei Drittel sind aber bereit, Geld zu leihen und Schulden zu machen (Reisdorf, Das Parlament, Nr. 21/18.05.2001). Warum geben die meisten Jugendlichen weiter Geld aus, obwohl sie genau um ihre finanzielle Lage wissen? Hauptgrund ist wahrscheinlich der “Konsumdruck” (Ferchhoff, 1999: S.207). Um sich in die Clique zu integrieren und das Gefühl der Zugehörigkeit zu behalten, müssen die Jugendlichen danach streben, die Markenprodukte oder “In-Waren” zu besitzen. Das Projekt “Jugend und Geld” der Joseph-Beuys-Gesamtschule Düsseldorf zeigt, daß die hauptsächlich schuldenmachenden Faktoren Güter wie Handys und teure Marken-Klamotten sind. Nach Reisdorf hat Korzack, der Geschäftsführer des Insituts für Grundlagen- und Programmforschung, behauptet, daß der Anteil der Jugendlichen mit Neigung zur “In-Kultur” in den zurückliegenden Jahren auf zwei Drittel angestiegen ist. Um die Beliebtheit der Markenprodukte unter

Jugendliche zu verdeutlichen, wird das Ergebnis einer Repräsentativbefragung in folgender Tabelle dargestellt.¹ Die Frage lautete: Wie sehr treffen folgende Aussagen über Einkaufen allgemein auf Dich persönlich zu?

Markentypen	
Markenartikel sind ihren Preis wert.	78%
Markenartikel bürgen mir für eine gleichbleibend gute Qualität .	74%
Zu Markenartikeln habe ich größeres Vertrauen als zu markenloser Ware.	72%
Mit Markenartikeln kann ich zeigen, dass ich dazu gehöre.	47%

Quelle:<http://www.youth-browser.de/Hauptergebnisse/Konsum/body-konsum.html>, 2001

Fast ein Drittel der Befragten glauben daran, daß Markenprodukte bessere Qualität haben. Und rund die Hälfte der Jugendlichen identifizieren sich als Markenkäufer. Zweifellos führt das Kaufen dieser In-Marken zu finanziellen Schwierigkeiten der heutigen Jugend. Heute haben viele Jugendliche einen Nebenjob. Nicht, daß ihr normales Taschengeld für die alltäglichen Kosten nicht ausreichend ist: Der Nebenjob bedeutet aber zusätzliches Geld für Luxusartikel (Opaschowski, 1992; Learn:line NRW, 2000). Der Konsum dient an dieser Stelle nicht mehr nur positiven Funktionen wie “unmittelbare Bedürfnisbefriedigung” (Lange, 1997: S. 73) oder “Stärkung der Individualität” (Ferchhoff, 1999: S.206), sondern auch negativen wie der Verstärkung der Akzeptanz durch Materielles und das Mittel zum Ansehen in der Gruppe. Man kann nicht einfach behaupten, daß die Medien (Werbung, die Marktwirtschaft) allein Schuld daran sind, da sie das “typische Jugendbild” präsentieren und verstärken. So hat Rainer Eppelmann, der CDU-Sozialpolitiker, auf die Verantwortung der Eltern hingewiesen. Doch ist klar, daß durch die Medien ein

¹ Die Befragung ist eine Gemeinschaftsstudie von Starcom Worldwide, AS Young Mediahouse, ARD Werbung Sales & Services sowie It Works, die im November 2000 durchgeführt wurde. Die Stichprobe waren 1321 Jugendliche im Alter von 12- bis 21 Jahren.

gewisses Leitbild vermittelt wird und zugleich Konsum in der Freizeit nicht unwesentlich auch Medienkonsum ist.

An den dargestellten Freizeitaspekten sind die indirekten Medieneinflüsse deutlich erkennbar. Die Medien nehmen größtenteils auf die Freizeit Einfluß, wie es im folgenden Kapitel "medienorientierte Freizeitgestaltungen" erläutert wird.

3.2.2 Medienorientierte Freizeitgestaltungen

Wer heute heranwächst, kann den täglichen Kontakt mit Medien nicht vermeiden. Jeder weiß, wie die Medien heutzutage in das moderne Leben integriert sind. Medien sind für die modernen Menschen etwas so Selbstverständliches (und vielleicht so Nötiges) wie Luft und Essen. Wir leben anders als früher in einem Informationszeitalter, in dem die Informationen, nicht mehr ortsgebunden sind, sondern durch vielfältige Übertragungskanäle blitzschnell vermittelt werden können, und in dem wir die Informationen und Nachrichten von der anderen Seite der Welt einfach durch Knopfdruck oder Tastaturen empfangen. In den letzten Jahrzehnten hören wir dementsprechend immer mehr neue mediale Termini wie z. B. Datenautobahn, CD-Rom, www (world-wide-web) oder Telekommunikation (dem noch viele Ableitungen wie Telekonferenz, Tele-Banking, Tele-Kommerz zugeordnet werden können). Ein weiterer Ausdruck des Informationszeitalters ist die beschleunigte Entwicklung des multimedialen Marktes, in dem die profitorientierten Industrien wie z. B. die Online-Dienste im Vordergrund stehen. Von 1997 bis 2001 hat sich der Prozentanteil der Internetnutzer in der Bundesrepublik Deutschland nach der ARD/ZDF-Online-Studie 2001 von 290000 der 14- bis 19 jährigen auf 3,33 Millionen Jugendliche und von 1,27 Millionen der 20-29jährigen auf 5,49 Millionen erhöht (Eimeren, Gerhard und Frees, 2001). Und die neuen Medienangebote (Internet und die verwandten Bereiche) stoßen auf das Interesse der Jugendlichen (Baacke und Vollbrecht, 1996).

Von der Statistik her kann man sagen, daß Jugendliche in der entwickelten neuen Medienindustrie eine wichtige Zielgruppe sind. So verändern sich auch die traditionellen Medien, um auf dem Markt bei ihren jugendlichen Kunden attraktiv zu bleiben wie z. B. die Printmedien (größere Auswahl jugendspezifischer Zeitungen und Magazine wie Bravo und Bravo-Familie; Bravo Sport, Bravo Girl, Young Miss,

Popcorn, Bravo Screenfun usw.) (vgl. Ferchhoff, 1999). In anderen Medienbereichen entsteht ein symbolischer Zusammenhang zwischen Medien und Jugend. Bestimmte Medien repräsentieren als Zeichen die neue Generation wie z. B. das Handy (dessen Zielgruppe nicht nur die Jugendlichen sind, das aber unter Jugendlichen die höchste Nutzeranzahl hat), Rundfunkgeräte und audio-visuelle Medien (CDs, Walkman, Fernsehkanäle "für die Jugend" wie MTV und VIVA). Unter dieser Mediatisierung des Lebens "ist ein Tag ohne Medienkonsum für heutige Jugendliche kaum mehr vorstellbar" (Charlton und Neumann-Braun, 1996: S. 28). Die Jugendmedienstudie von Baacke, Sander und Vollbrecht (1990), deren Stichprobe 1468 Jugendliche im Alter von 13-19 Jahren umfasst, zeigt, welche Rolle die Mediengeräte im jugendlichen Leben spielen. Fast jeder Jugendliche (89,3%) besitzt ein eigenes Radio, vier Fünftel (80,9%) einen eigenen Cassettenrekorder, 63,1% einen eigenen Walkman. 58,9% der Jugendlichen haben einen Fernseher zur eigenen Verfügung, und 22,3% haben einen Computer.

Die meisten Jugendkulturen und -szenen werden heutzutage wesentlich durch Medien publiziert. Medien sind infolgedessen für die Jugendlichen nicht einfach nur neue Technologien, die das Leben erleichtern, sondern sie bieten außerdem Mediensymboliken, Lebensstile, Handlungsmöglichkeit und Verselbständigungschancen (Charlton und Neumann-Braun, 1996). Charlton und Neumann-Braun haben auch festgestellt, daß Medien Funktionen als "soziale Identitätssicherung" und als "kulturelle Sinnvergewisserung" (ebd.: S.28) für die Jugendlichen haben.

"Spezifisch psychologisch gesehen bieten die Medienprodukte einen vororganisierten *umfassenden* Sinnzusammenhang an, der für Kinder und Jugendliche [...] sinnstiftend und sinnvergewissernd sein kann: Lebenswelten werden dann zu Medienwelten." (ebd.: S.37)

Unter dem vielfältigen Pluralismus der Gesellschaft bauen sich die Jugendlichen deshalb ihre Identität bzw. Persönlichkeit auf, finden ihr Selbst und suchen den Sinn des Lebens in ihrer medienorientierten Umgebung. Aufgrund dieses großen Einflusses der Medien kommt es zu zahlreichen Kritiken und Studien über Medienwirkungen (wie z. B. über die Gewaltdarstellung in den Filmen und Fernsehprogrammen in bezug auf das aggressive Verhalten unter Jugendlichen). Eine festgestellte Folge der Mediatisierung ist die Veränderung der Wahrnehmungs- und Bewußtseinsstrukturen (Ferchhoff, 1999: S. 233). Der Umgang mit den Medien ermöglicht Jugendlichen die

Bereiche zu erleben, zu denen sie früher in der traditionellen Lebensweise wegen der starken Abgrenzung von Erwachsenen- und Kinderwelt keinen Zugang hatten. Infolgedessen verschwinden auch die traditionellen Generationsgrenzen. Die frühere Fremdheit und Faszination der Erwachsenenwelt werden dadurch aufgelöst.

Es fehlt den Jugendlichen außerdem aufgrund der über Medien vermittelten Wahrnehmung "Primärerfahrung", oder anders gesagt: was die Jugendlichen erleben, ist "Wirklichkeit aus zweiter bzw. dritter Hand" (Ferchhoff, 1999: S. 233). Die Jugendlichen nehmen zahlreiche verschiedene Informationsaspekte wahr, die von rasantem Wechsel und Fragmentierung dominiert werden. Fiktionen und Wirklichkeit mischen sich und geraten durcheinander. Die Jugendlichen müssen sich entscheiden, was sie für das eine und was für das andere halten sollen. Baacke und Vollbrecht (1996) betrachten die Überlegung, die Wirklichkeit von den Fiktionen in Medien zu unterscheiden, als eine Entwicklungsaufgabe der heutigen Jugendlichen.

"Das 'Aufwachsen in Medienwelten' gesellt zu den seit jeher vorhandenen Sozialisationsproblemen eine Vielzahl neuer Konstellationen, und es kommen neue Entwicklungsaufgaben hinzu, die das Ausbalancieren von Rezeption und Interaktion, von Nicht-Bindung und Selbstverantwortlichkeit, die Unterscheidung zwischen Wirklichkeit und Fiktion, zwischen relevanten und marginalen Existenzproblemen in den Fokus des Identitätsbildungsprozesse rücken." (Baacke und Vollbrecht, 1996: S. 61)

In dieser Darstellung sehen wir noch ein weiteres Charakteristikum der neuen Medien, das sie von früheren Kommunikationsweisen unterscheidet. Die neuen Medien sind überall präsent d. h. sie sind nicht ortsgebunden. Und sie bieten eine neue Kommunikationsform, die interaktive Form. Dies kann man als Revolution der Kommunikationswelt betrachten.

Nach Baacke und Vollbrecht (1996) wirken die Geschwindigkeit der Informationsübermittlung, die große Zahl der Informationskanäle und die Informationsinhalte außerdem dahingehend, daß sie "lebensweltliche Horizonte" öffnen. Damit führen sie aber

"nicht als Folge, sondern *zugleich und implizit* zur Auflösung stabiler Milieuverankerungen und zwingen damit zu Such- und Orientierungsprozessen, die das Individuum auf sich selbst stellen." (Baacke und Vollbrecht, 1996: S. 61)

Das heißt also, daß das Individuum nicht über eine stabile Bindung verfügt. Es besitzt durch Medien die Chance, viele neue Möglichkeiten wahrzunehmen und nach eigenen Interessen auszuwählen. D. h. das Individuum muß die Informationen sammeln, interpretieren und *individuell* bewerten. Dies betrifft auch die Jugendlichen. Unter der Vielzahl der heutigen Medienangebote müssen sie Jugendlichen selbst die Informationen aussieben. Da die Erwartungen und Bedürfnisse der Jugendlichen unterschiedlich sind, nutzen die Jugendlichen die verschiedenen Medien (zur gleichen Zeit oder auch zu unterschiedlichen Zeiten) zu unterschiedlichen Zwecken (vgl. ebd.; Ferchhoff, 1999: S. 233). Dies zeigt die Nutzungsflexibilität, die Innovationskraft der Jugendlichen. Baacke und Vollbrecht fassen zusammen, daß die Jugendlichen nicht, wie von vielen Wissenschaftlern kritisiert wird, “ ‘Opfer’ einer Medienentwicklung” (Baacke und Vollbrecht, 1996: S. 62) sind. In den Medienwelten sind die Jugendlichen “nicht nur Rezipienten von Medien-Botschaften, und ohnmächtig den Medien ausgeliefert [...] sondern durchaus [...] aktive Mediennutzer” (Ferchhoff, 1999: S. 230). Die Jugendlichen sind einerseits zwar passive Konsumenten, die z. B. von Werbung verführbar sind, aber andererseits suchen und wählen sie selbst, wie und welche Medienarten sie konsumieren. Ihre Selektionsprozesse bestimmen auch die Marktrichtung.

In folgenden Punkten werden einzelne Aspekte des Mediennutzungsverhalten, in dem die Medienrolle und –bedeutung dargestellt werden, berücksichtigt.

a) Beschäftigung mit Computer

Nach Hampsch (1998) haben die Medienangebote Computer und Telespiele erst in den 80er Jahren ihren Einzug in die Medienwelt Jugendlicher begonnen. Fauser (1989) hat eine Untersuchung über die Einstellungen der Jugendlichen aus achten Klassen und deren Eltern zu Computern durchgeführt. Von den 2,645 Stichproben haben 13 % der Mädchen und 43 % der Jungen angegeben, einen Computer zur Verfügung zu haben. 12% der Mädchen und 21% der Jungen haben keinen besessen, wollten aber einen kaufen. Der Prozentanteil des Computerbesitzes ist danach stetig gestiegen. Nach der Repräsentativbefragung des B.A.T Freizeitforschungsinstituts 1996 (3000 Personen ab 14 Jahren) hat Opaschowski berichtet, daß die Altersgruppe zwischen 14-19 Jahren die Gruppe sei, die am häufigsten einen eigenen Computer zu Hause habe. Und in der letzten Shell-

Jugendstudie 2000 bestätigte sich dieses Ergebnis. 30% der Jugendlichen erklärten, über einen eigenen Computer zu verfügen, und 28% hatten Zugang zu einem Computer, den andere mitbenutzten.

Ein Merkmal dieses Mediums ist, daß seine Wirklichkeit “aus einer elektronischen Datenstruktur besteht, die jedoch hinter der virtuellen Scheinwelt verschwindet” (Stengel, 1998: S. 245). Ein Begriff, der deshalb in diesem digitalen Bereich oft zu hören ist, die virtuelle Realität; die Informationen werden in der digitalen Welt hinter dem Bildschirm visualisiert. Die Computerwelt bietet uns die “volle künstliche ‘Natur’ ” (ebd: S. 257), die für die Jugendlichen eine Welt voll von Neuheiten zum Lernen und zum Entdecken ist. Den Computer können die Jugendlichen nicht nur “ernsthaft” (wie z. B. Programmentwicklung, Textverarbeitung), sondern auch unterhaltsam (wie z. B. Telespiele, Spielprogramme, Internet) benutzen.

In den letzten Jahrzehnten wurden viele Studien und Kritiken über die Wirkungen bzw. die Gefahr von Medien für Kinder und Jugendliche veröffentlicht. Der Computer ist ein Medium, das im Zusammenhang mit Spiel und Internet in die Diskussion gebracht wird. Kellner (1997) hat hierzu die Meinung geäußert, daß zweifellos eine Gefahr im Cyberspace bestehe. Aber auch ohne Computerumgang seien unangemessene Informationen für die Jugendlichen durch andere Kanäle wie Zeitungen oder Fernsehen zugänglich. Außerdem biete das Internet nach Kellner den Jugendlichen die Chance, “ein neues vielschichtiges und flexibles Selbst aufzubauen” (Kellner, 1997: S. 314). Diese positive Einschätzung des Internets teilt auch Hebecker (1997).

“In den >Spezialkulturen< jugendlicher Computerfans finden sich eine Reihe Beispiele für die Auseinandersetzung mit digitalen Medien, die sich durch einen hohen Grad an Professionalität und Kompetenz auszeichnen. [...] Diese Aneignungsformen bringen eigene Bedeutungsmuster und Sinnwelten hervor, die als autonome und eigenverantwortliche Mediennutzung zu interpretieren sind. Angesichts der Arbeitsmarktsituation und des qualitativen Wandels vieler Berufsbilder gewinnen für Jugendliche Fähigkeiten, die sie während ihres Freizeitverhaltens erwerben, immer häufiger den Charakter einer Qualifikationsressource jenseits der Schul- und Berufsausbildung.” (Hebecker, 1997: S. 338)

Die Jugendlichen können nicht nur außerhalb der Schule wichtige Fähigkeiten erwerben, sie haben auch im Cyberspace die Möglichkeiten, aktiv mit

anderen zu kommunizieren. Die Selbstdarstellungschance wird durch viele Formen wie z. B. Homepage oder Message-Board ermöglicht. Ein besonderes Charakteristikum des Cyberspace ist, daß man seine wirkliche Erscheinung bzw. seinen Körper nicht darzustellen braucht. Infolgedessen lernen die Leute im Cyberspace nur das "Dargestellte" kennen. Stengel hat das wie folgt beschrieben;

"Wird nun im Cyberspace die bisher weitgehend erlebte Gleichheit und Kontinuität der äußeren Erscheinung von uneingeschränkter Wandelbarkeit abgelöst, so wird damit auch der allgemeine Konsens über die Stetigkeit von Identität verschwinden." (Stengel, 1998: S. 254)

So müssen die Jugendlichen darauf achten, welche Informationen sie für wahr nehmen oder glauben sollen. Es ist deswegen wichtig, daß sie auch Kritikfähigkeit entwickeln. Für Kellner gilt dies als Aufgabe der Erziehung, "eine Medien-, Computer- und Techno-Kulturbildung zu vermitteln, die lehrt, wie diese Bilder und Erzählungen zu lesen sind" (Kellner, 1997: S. 312). Außerdem müssen die Jugendlichen darauf achten, sich nicht völlig in die digitale Welt zu integrieren, so "daß sie den Bezug zur Gesellschaft verlieren, ebenso wie ihre Kommunikationsfähigkeit und die Bereitschaft, auf andere Menschen einzugehen" (ebd.: S.313). Der Computer kann an dieser Stelle ein verlockender Ausweg für Jugendliche sein, die Schwierigkeiten mit der Kontaktaufnahme zu anderen Menschen haben, denn seine Welt ist frei von Anstrengungen wegen Kontakten (Stengel, 1998: S. 263). In Fausers Bericht von 1989 werden die befragten Schüler und Schülerinnen nach der Art ihrer Tätigkeiten am Computer wie folgt unterteilt:

- Oft-Programmierer (Jugendliche, die mit dem Computer häufig programmieren und ihn für Aktivitäten wie rechnen oder Textverarbeitung etc. nutzen.)

- Wenig-Programmierer (die im Vergleich zur ersten Gruppe seltener programmieren)

- Sonstige Nutzer (die es noch nie mit Programmieren versucht haben, und den Computer nur zum Spielen nutzen)

- Nur-Spieler (die ausschließlich am Computer spielen, sich aber genauso häufig mit dem Computer wie Oft-Programmierer beschäftigen)

- Nicht-Nutzer (die in ihrer Freizeit keinen Umgang mit dem Computer haben)

Das Ergebnis zeigt, daß die Oft-Programmierer nicht weniger Lust als andere an Geselligkeit haben. Eigentlich haben die Oft-Programmierer häufiger oder nicht seltener als andere Gruppen angegeben, "gesellige" Freizeitsbeschäftigungen wie "Mit anderen Jugendlichen telefonieren" (50% der weiblichen und 20% der männlichen Oft-Programmierer vs. 37% der weiblichen und 11% der männlichen Nicht-Nutzer), "Zu einem Verein gehen" (18% der weiblichen und 19% der männlichen Oft-Programmierer vs. 8% der weiblichen und 17% der männlichen Nicht-Nutzer) zu haben. Sie haben auch angegeben, ihre Freizeit lieber mit dem Freundeskreis zu verbringen. Opaschowski (1996) hat fast zehn Jahre nach Fausers Untersuchung bestätigt, daß die *Computerfreaks* im Vergleich zur übrigen Bevölkerung mehr Sport treiben, mit dem Fahrrad fahren und ins Kino gehen. Sie sind "*jung, dynamisch, sportlich aktiv und viel unterwegs*" (Opaschowski, 1996: S. 37). In der JIM-Studie von 2000 (Jugend, Information, (Multi)-Media), die vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest herausgegeben wurde, liegt die häufigste Onlineaktivität bezüglich der Kontaktbeschäftigung mit anderen bei den 12- bis 19 jährigen Jugendlichen in der Bundesrepublik Deutschland, die täglich oder mehrmals pro Woche im Internet surfen.

Unter den verschiedenen Computerbeschäftigungen ist das Internet nicht die Nummer Eins unter Jugendlichen. Nach Opaschowski (1996) ist die Beschäftigung mit dem Cyberspace fast nur auf den Bereich der Hochgebildeten (Gymnasial- und Universitätsabsolventen) begrenzt. Außerdem wird das Internet erstaunlicherweise mehr von der älteren Generation im Alter von 30-39 Jahren genutzt. Bei der Untersuchung von Hampsch (1998) zeigte das Ergebnis, daß die Mehrheit der Jugendlichen (75,2%) lieber ihren Computer als Spielgerät verwendet. Das Hauptmotiv für die Computernutzung ist Spaß (61,9% der insgesamten Jugendlichen), was mit zunehmendem Alter abnimmt. In der Shell-Studie 2000 benutzen die Jugendlichen ihren Computer am häufigsten dazu, um Text zu verarbeiten (70% der gesamten deutschen Jugendlichen). Das nächste Nutzungsfeld sind Computerspiele mit 54%, während nur 31% der Jugendlichen das Internet nutzen. Bemerkenswert ist, daß die Computerspiele beliebter unter den Jugendlichen im Alter von 15-17 Jahren sind, während das Internet mehr von der 22-24 jährigen Altersgruppe bevorzugt wird.

Zusammenfassend variiert die Beliebtheit der Computernutzung je nach Alter. Die Computerspiele finden mehr Anklang unter den jüngeren Fans. Die Attraktivität

verliert sich mit zunehmendem Alter. Das Internet und die “ernsthaften” Nutzungsfelder (Textverarbeitung, Rechnen etc.) werden von älteren Jugendlichen häufiger verwendet.

b) Handynutzung

In dem neuen Jahrtausend, in dem für die meisten Menschen die schnellstmögliche Kommunikation nötig ist, ist das Handy zum Alltagsgerät geworden. In den letzten Jahren erlebten wir einen regelrechten Mobiltelefonboom. Die Handynutzung verbreitete sich nicht nur unter Erwachsenen, sondern auch unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Die JIM-Studie von 2001 bestätigt den gestiegenen Handybesitz unter den Jugendlichen. Im Jahr 2000 verfügten knapp 50 Prozent der 12- bis 19jährigen schon über ein eigenes Handy. Die Besitzanzahl erhöhte sich im Jahr 2001 auf 74%. Von diesem Anteil bezahlen 72% der Jugendliche ihre Rechnung mit Prepaid-Karte und 28% von ihnen verfügen über einen festen Handy-Vertrag. Die Handyfirmen wissen, wie sie ihre jugendlichen Kunden mit neuen Diensten reizen. Die Dienstangebote, die attraktiv für Jugendliche sind, sind z. B. spezielle Logos, Klingeltöne, WAP oder UMTS. Die zusätzlichen Logos und Klingeltöne sind meist kostenpflichtig, trotzdem ist mehr als ein Drittel der Jugendlichen bereit, für solche Extras zu bezahlen. WAP oder Wireless Application Protocol ist ein Dienst, der den Nutzern das Empfangen von aktuellen Informationen und Nachrichten ermöglicht. Diese Nachrichten, deren Themen die Nutzer selbst wählen können, werden direkt zum Handy gesendet wie z. B. Sportnachrichten, Wettervorhersagen oder sogar das tägliche Horoskop (<http://www.wapforum.org>, 2001). Bereits 19% der jugendlichen Handy-Nutzer besitzen ein WAP-Handy (<http://www.mpfs.de/projekte/jim2001.html>, 2001). Mit UMTS (Universal Mobile Telecommunication System) können die Handy-Nutzer über das Handy einkaufen, Musik hören oder Videos schauen (<http://handy.web.de>, 2001). UMTS ist noch ganz neu, trotzdem interessiert sich ein Drittel der Bundesbürger für diese Dienste. 49% von ihnen sind bereit, bis zu 20% mehr zu bezahlen (<http://de.mobile.yahoo.com/010808/1v34m.htm>, 2001). Der wichtigste Dienst ist aber SMS (Short Message Service), der dem Nutzer ermöglicht, kurze Texte zu anderen Handies zu verschicken. Der Kurznachrichtenversand hat großen Erfolg bei Jugendlichen. Xonio dokumentierte das Ergebnis einer Studie der Convisual AG und des Göttinger Instituts

für Sensorikforschung und Innovationsberatung, nach der im Durchschnitt die Befragten 17 SMS pro Woche versenden. Die Versandrate ist unter den 14- bis 19jährigen noch höher, die durchschnittlich SMS-Dienste 20,3 Mal pro Woche nutzen (<http://de.mobile.yahoo.com/010705/1qwmk.html>, 2001). Der SMS-Versand ist praktischer und schneller als Telefonieren. Man braucht außerdem nicht ernsthafte Themen zu finden oder viel zu reden. Oft sind die Nachrichten nur kurze Begrüßungen. Trotz der Vorteile gibt es auch Probleme beim SMS-Versand. Nach einer Studie vom Xerox Research Centre Europe und der Xerox Palo Alto Research erfinden die Jugendlichen eine eigene Umgangssprache oder spezielle Abkürzungen, die manchmal zu Mißverständnissen oder Nichtverstehen führen. Außerdem gibt es Schwierigkeiten bei der Erkennung des Absenders. Im Vergleich zu anderen Kommunikationsmöglichkeiten wie E-Mail ist die Identifikation des Absenders anhand der Telefonnummer schwieriger. Falsche Empfänger oder unidentifizierbarer Sender können die Folge sein (<http://www.golem.de/0110/16126.html>, 2001).

Obwohl der Handybesitz zusätzliche Ausgaben mit sich bringt, betrachten die meisten Leute das Handy noch als ein Gerät, das das Leben erleichtert. Für viele ist das Handy nicht ein Gerät, sondern ein Körperteil - ihr Alltagsleben. Manche können nicht die Wohnung verlassen und ihre Tätigkeiten beginnen ohne ein Handy dabei zu haben. Nach der Website Xonio hat das mobile Internetportal Jamba eine Handy-Umfrage durchgeführt, in der mehr als zwei Drittel der Jugendlichen angeben, das Handy zur Kommunikation mit den Altersgenossen zu benötigen. Es zeigt sich, daß Jugendliche ihr Handy kaum ausschalten, weil es als zentraler Bestandteil zu ihnen gehört (<http://de.mobile.yahoo.com/010615/192/102vd.html>, 2001). Die Bedeutung des Handys liegt nicht nur im Kommunikationsbereich. Das Handy hat auch einen Stellenwert als Symbol des modernen Leben. Am Anfang war die Handynutzung auf den Bereich der Geschäftsleute begrenzt und wurde als stilvolles Statussymbol betrachtet. Jetzt gehört es zur Großstadtszene. Laut der Shell-Studie 2000 ist das Handy vor allem in den Großstädten verbreitet. Jeder dritte Jugendliche in der Großstadt besitzt ein eigenes Handy, während nur ein Viertel der Jugendlichen im Dorf oder auf dem Land ein Handy mit sich herumträgt. Ein weiterer nennenswerter Faktor für den Handybesitz ist die Einstellung der jugendlichen Besitzer zur Berufselbstständigkeit. Die Jugendlichen mit dem Wunsch nach beruflicher Selbstständigkeit besitzen zu einem höheren Prozentanteil ein Handy als die ohne diesen Wunsch, d. h.

jeder dritte Junge und jedes drittes Mädchen mit Berufselbständigkeitsorientierung besitzt ein eigenes Mobiltelefon, während nur ein Viertel bzw. Fünftel ohne das Streben nach beruflicher Selbständigkeit eins besitzt. Auch die Bildungsschicht der Eltern spielt eine Rolle. Junge Frauen aus mittlerem oder höherem Elternhaus, vor allem die 22- bis 24jährigen, haben häufiger Handies zur Verfügung. Vermutlich werden die weiblichen Jugendlichen aus mittlerem oder privilegierterem Elternhaus mehr von den Eltern zu Eigenständigkeit und zum Umgang mit technischen Geräten animiert. Bei 14- bis 19jährigen Jungen ist dies umgekehrt, d. h. Jungen, deren Eltern ein niedriges Bildungsniveau haben, besitzen mehr Handys als andere. Es wird in der Studie angenommen, daß das Handy in der unteren Bildungsschicht mehr als in der oberen als "Statussymbol und 'Männlichkeits-Marker'" (Shell-Studie, 2000: S. 201) gilt. In der älteren Altersgruppe wird der Stellenwert des Handys durch andere Statussymbole wie Auto oder Motorrad ersetzt. Es ist wahr, daß das Handy als Statussymbol betrachtet wird. Es ist für viele Jugendliche ein Mittel zur Sozialisation. In der Handy-Umfrage des mobilen Internetportals Jamba gab ein Drittel der befragten Jugendlichen an, daß sie ohne Handy weniger interessant für ihre Freunde sein würden (<http://de.mobile.yahoo.com/010615/192/1ozvd.html>, 2001). Hier ist die Bedeutung der Peer-gruppe wichtig. Im Jugendalter entsteht die emotionale Sehnsucht nach der Gruppenzugehörigkeit (vgl. Punkt 2.1.2). Und was man tun muß, um die Akzeptanz in der Gruppe erwerben zu können, ist für die Jugendlichen bedeutend. So wird deutlich, warum das Handy unter Jugendlichen sehr weit akzeptiert und verbreitet ist. In dieser Studie haben sogar 40% der Jugendlichen behauptet, daß ihr Leben ohne Handy nicht mehr vorstellbar sei. Aufgrund dieser Handysucht hat Hellmut Koch, Präsident der Bayerischen Landesärztekammer vor der möglichen Gefahr gewarnt. Nach ihm besteht Handysucht,

“wenn Leute von ihren Handys nicht mehr lassen können, geradezu zwanghaft mehr als 100 SMS-Kurznachrichten pro Tag verschicken - und hinterher mit immensen Telefonrechnungen konfrontiert sind, die sie nicht mehr zahlen können.” (<http://de.news.yahoo.com/011211/180/2fgil.html>, 2001)

Am Ende steht ein finanzielles Problem. Obwohl Handynutzung zu solchen Schwierigkeiten (nicht nur finanziellen, sondern auch psychischen) führen kann, bleibt die Tatsache, daß der Handymarkt immer noch sprunghaft wächst, insbesondere unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Das Handy hat erst in den letzten Jahren

eine Bedeutung in der Gruppe der Jugendlichen bekommen und deshalb erschien es bisher erst in wenigen Jugendstudien. Eingehende Studien über die Wirkungen der Handynutzung auf das Jugendleben und die Jugendfreizeit stehen noch aus.

c) Fernsehkonsum

Das Fernsehgerät ist kein neues Medium für die Bundesbürger. Schon in den 50er Jahren, hat der große Fernsehboom stattgefunden und man kannte das Fernsehgerät als etwas, das damals soziale Kontakte und Versammlungen förderte, denn die Leute wurden eingeladen oder sammelten sich in einem Haus oder in einer Gaststätte, wo ein Fernseher zur Verfügung stand (Hampsch, 1998). Im Jahr 1965 hatte sich die Anzahl der Fernsehteilnehmer schon auf zehn Millionen erhöht, und heute ist der Fernseher ein normales Haushaltgerät in jeder Familie. In einer Studie über Jugend und Medien von ARD und ZDF und von der Bertelsmann Stiftung, in der im Jahr 1984 Interviews mit 4011 Jugendlichen im Alter von 12-29 Jahren durchgeführt wurden, nennen 38% der gesamten Befragten den Fernseher als das wichtigste Medium von sieben zur Wahl vorgegebenen. Der Prozentsatz war doppelt so hoch wie der des Radios (19%), das als nächstbedeutendes Gerät gewählt wurde. Baacke, Sander und Vollbrecht (1990) berichten ebenfalls das Ergebnis, daß unter verschiedenen Medien der Fernseher das wichtigste Medium für die meisten Jugendlichen (33%) ist. Außerdem hat fast jeder Jugendliche (93,2%) angegeben, regelmäßig fernzusehen.

Heutzutage ist der Fernseher schon seit der frühen Kindheit für die Jugendlichen gewohnter Umgang. Schon in den 80er Jahren verfügten 40% der Jugendlichen über einen eigenen Fernseher. Der Besitz hat in bezug auf das Alter zugenommen (50% der 16-19 jährigen, 62% der 20-24 jährigen und 79% der 25-29 jährigen hatten ein eigenes Fernsehgerät). Anfang der 90er Jahre haben Baacke, Sander und Vollbrecht (1990) eine deutliche Steigerung festgestellt. 58,9 % aller Jugendlichen im Alter von 13-19 Jahren hatten einen Fernseher zur Verfügung. Der Gerätebesitz hat nach Hampsch (1998) eine Wirkung auf die Dauer der Fernsehnutzung. Die Jugendlichen, die einen eigenen Fernseher besitzen (fast die Hälfte der Befragten), sehen am Wochenende länger fern, und dies dehnt sich auch auf den späten Samstagabend (nach 20 Uhr) aus. Der Gerätebesitz hat außerdem die Folge, daß die Jugendlichen totale Freiheit bei der Programmauswahl haben, was bei

der gemeinsamen Fernsehnutzung mit den Eltern oder mit den Familien unmöglich ist (Berg und Kiefer, 1986).

Auch zur Frage, welche Nutzungsziele die Jugendlichen haben, geben die Untersuchungen Auskunft. In der Shell-Jugendstudie von 1966 findet man die Bestätigung, daß die Befragten größtenteils fernsehen, um sich zu unterhalten. Die beliebtesten Sendungen sind Spiel- und Kriminalfilme. Bei der bildenden Funktion des Fernsehens werden die kulturellen Sendungen am häufigsten genannt. Hier spielt der Ausbildungsfaktor eine wichtige Rolle bei der Programmauswahl. Das Interesse an Politik und Kultur nimmt mit steigendem Bildungsstand zu, während die Gruppe der Volksschüler, Mittelschüler und Oberschüler sich eher für Techniksendungen interessiert.

Die 1984 von ARD/ZDF-Medienkommission und der Bertelsmann Stiftung verfaßte Studie, belegt, daß das Fernsehen für die Jugendlichen ein Medium der aktuellen Information, Unterhaltung und Musik ist. Von den 25 zur Auswahl stehenden Programmangeboten haben die Jugendlichen am häufigsten "Spielfilme" als beliebte Sendung angegeben. Es folgen danach "Nachrichten" und "Pop- und Rockmusiksendungen". Bemerkenswert ist, daß die Programmbeliebtheit bzw. das Nutzungsziel sich je nach Alter verändert. Die Unterhaltungsfunktion sinkt mit dem Älterwerden, während die Informationsfunktion immer mehr Bedeutung bekommt. Nur ein Viertel der 12-15jährigen sehen häufig oder regelmäßig fern. Dies verdoppelt sich bei der Gruppe der 16-19jährigen, und 74% der 25-29jährigen konsumieren regelmäßig Nachrichtensendungen. Die Musiksendungen stehen zwar in allen Altersgruppen auf den Spitzenplätzen, der Prozentanteil der Nutzung ist aber mit zunehmendem Alter geringer. Es scheint, daß Bildung auch ein wichtiger Faktor bei der Änderung von Fernsehgewohnheiten ist. Die Studie zeigt, daß die Studentengruppe das Fernsehen für Unterhaltungszwecke im Vergleich zu anderen Statusgruppen stark unterdurchschnittlich nutzt und die Informations- und Bildungsfunktion des Fernsehens bei ihnen wichtiger ist. Interessanterweise wird auch die Einstellung zum Fernsehen vom Bildungsfaktor beeinflusst. Die Personen mit Hochschulbildung betrachten den Fernseher als weniger wichtig als die Tageszeitung, Bücher oder das Radio. Umgekehrt schätzen die Jugendlichen mit Hauptschulbildung den Fernseher als das wichtigste Medium.

Opaschowski (1996) hat die heutige Situation der Fernsehnutzung wie folgt beschrieben:

“Was die Menschen zum Fernsehen als Freizeitbeschäftigung besonders motiviert, sind Unterhaltung, Abwechslung und Entspannung. In der öffentlichen Bewertung der TV-Zuschauer spielt der Informationswert einer Sendung ‘die’ zentrale Rolle. In Wirklichkeit aber hat der Unterhaltungswert eine viel größere Bedeutung, sonst wären die Einschaltquoten bei Unterhaltungssendungen nicht so hoch.” (Opaschowski, 1996a: S. 23)

Man kann also sagen, daß die Unterhaltungsfunktion beim Fernsehen im Mittelpunkt steht. Opaschowski spricht auch über die Abnahme der jungen Zuschauer bei den Nachrichtensendungen. In der Befragung des B.A.T. Freizeit-Forschungsinstituts von 1996 geben fast zwei Drittel der Jugendlichen im Alter von 14-29 Jahren an, “gestern abend” keine TV-Nachrichten gesehen zu haben. Dagegen steigern sich stetig die Einschaltquoten der Talkshowsendungen. Nach Opaschowski entsteht die Tendenz, daß die Fernsehsendungen sich immer ähnlicher werden, denn die Produzenten achten immer mehr auf die Einschaltquoten. Inhalt und Form erfolgreicher Sendungen werden imitiert und kopiert. Aufgrund dieser “Fertigprodukt”-Situation besteht die Möglichkeit, daß dies zu “Niveauperlust und Verfall der Programmvielfalt” (Opaschowski, 1996a: S. 21) führen kann. Sendungen wie Glücksspielsendungen und Talkshows werden immer beliebter, während Nachrichten und politische Magazine kontinuierlich an Beliebtheit verlieren (ebd.).

Opaschowski hat noch eine interessante Bemerkung über das veränderte Fernsehverhalten gemacht. In den 50er Jahren war der Fernseher “Leitmedium” (Opaschowski, 1992: S. 15) des Freizeitverhaltens der damaligen Leute, d. h. der Fernseher war die zentrale Freizeitbeschäftigung und bestimmte die Gestaltung der Freizeit am Feierabend und am Wochenende. Im Lauf der Zeit wuchsen im großen Maß Freizeitangebote, die attraktiv waren und die Teilnahme und das Zeitbudget der Jugend bekamen. Sie wünschten sich auch mehr “Zeit für sich” und “Zeit mit anderen” (Opaschowski, 1983). Aufgrund der Konkurrenz der Freizeitangebote und des Zeitdrucks (viele Freizeitmöglichkeiten vs. begrenztes Zeitbudget) entsteht der Drang nach der “sinnvollen Freizeitgestaltungen”. Nur fernzusehen wird für “vergeudete Zeit” gehalten (Opaschowski, 1996a: S. 11). Der Fernseher wird heute mehr “als Nebenbei-Medium [benutzt], um für die eigenen und eigentlichen Interessen mehr Zeit zu gewinnen.” (Opaschowski, 1992: S. 15). D. h. der Fernsehkonsum hat schon seinen “Sättigungsgrad” erreicht (ebd.: S. 14), und die Leute nutzen das Fernsehen statt einer reinen Freizeitbeschäftigung zusammen mit

anderen Aktivitäten. Man läßt den Fernseher im Hintergrund laufen, während man sich mit anderen Sachen beschäftigt. Nach der Befragung des B.A.T. Freizeit-Forschungsinstituts von 1996 haben 24% der Bundesbürger angegeben, sich während der Fernsehnutzung auch mit anderen zu unterhalten. 21% essen gern gleichzeitig, 16% lesen und 12% telefonieren. 9% schlafen sogar zeitweilig. Man kann sagen, daß der Fernseher als Unterhaltungsmedium in der Zukunft immer mehr Konkurrenz von den wachsenden Freizeitangeboten bekommt. Und "mehr Sender und Programme sowie hohe Einschaltquoten sind kein Indiz für die wachsende **Bedeutung des Fernsehens** im Alltagsleben der Bevölkerung." (Opaschowski, 1992: S. 17). Aber nach Gerhard und Klinger (2001) hat das Fernsehen für die Jugendliche nicht einfach eine Nebenbeifunktion. Die Jugendlichen nutzen das Fernsehen für unterschiedliche Zwecke. Es kann als gemeinsame Abendaktivität mit Eltern und auch als die Überwindung eigener Langeweile und als Zerstreuung verwendet werden. Außerdem ist das Fernsehen (sowie Computer und Internet) ein wichtiger Gesprächsthema der Jugendlichen. Es wird behauptet, daß 56% aller Jugendlichen angeben, sich zumindestens mehrmals pro Woche über Fernsehen und/oder über einzelne Sendungen mit anderen Jugendlichen zu unterhalten.

Zusammenfassend läßt sich sagen, daß der Fernseher heute trotz der veränderten Konsumweise noch eine bedeutende Rolle für die heutige Jugend spielt. Fast jede Familie besitzt einen oder mehr eine Fernsehgeräte. Bei den Jugendlichen steht der Fernseher an oberster Stelle der bevorzugten Medien.

Man ist sich darüber einig, daß das Fernsehen einen großen Einfluß auf die Denkweise und das Verhalten der Jugendlichen hat. Sonst gäbe es nicht kontinuierlich Diskussionen, Forschungen und Untersuchungen von Fernsehwirkung auf die Jugendlichen wie z. B. zur Gewaltproblematik. Sacher (1995) erklärte im Tagungsbericht zum 28. Mülheimer Kongreß zur Wirkung von Gewaltdarstellung im Fernsehen auf die Kinder und Jugendlichen, daß wenn die Jugendlichen häufig Gewalt im Fernsehen anschauen, sie an Gewalt als hilfreichen Ausweg glauben. Die Shell-Jugendstudie 2000 bestätigt, daß trotz der Verbreitung der neuen Medien der Fernseher in der Hitliste oben bleibt und intensiv genutzt wird. Im Durchschnitt verbringen Jugendlichen ca. 153 Minuten an Werktagen und 225 Minuten am Wochenende mit Fernsehen. Und es läßt sich nicht bestreiten, daß wegen seiner Verbreitung für fast jeden Jugendlichen ein Fernsehgerät zugänglich ist. Deshalb sind die Wirkungen bzw. Einflüsse stärker als bei manchen anderen Medien.

d) Kinobesuch

Kino kann als eine traditionelle Freizeitaktivität angesehen werden. Bereits in der Jugendstudie des Jugendwerks der Deutschen Shell von 1966 erschien der Kinobesuch als eines der ausgewählten Freizeitthemen. Vom Ergebnis her kann man sagen, daß Kino keine große Rolle für die Jugendlichen spielte. Nur knapp ein Drittel der Befragten ist in der dem Interview vorangehenden Woche ins Kino gegangen. Und das Ziel des Kinobesuchs war eher “Aufklärung in Liebes- und Sittenfragen” (Jugendwerk der Deutschen Shell, 1966: S. 44) als Bildung. (In den 60er Jahren entstand eine sexuelle Revolution, durch die das früher tabuisierte Thema allmählich von den Bürgern akzeptiert wurde. Es gibt trotzdem die Gegenbewegung und den Streit über die Sexualaufklärung. Sex und Sitten sind ein guter Stoff für kommerzielle Produkte, insbesondere für den Filmbereich.) Es wurde in der Studie zusammengefaßt, daß im Vergleich zum Fernsehen das Bildschirmgerät von den Jugendlichen “in verschiedenen Bewußtseinshaltungen rezeptiv oder aktiv” konsumiert wurde, während diese Wahrnehmungweise beim Kino begrenzt war.

Während das Kino nicht so populär unter Jugendlichen in den 60er Jahren war, wurde es in der Jugendmedienstudie von Baacke, et. al. (1990) als wichtigster medienbezogener Freizeitsort von vorgegebenen 11 Wahlmöglichkeiten von 24,6% der Befragten genannt. Die jugendlichen Kinobesucher wurden hier in die drei folgenden Gruppen unterteilt.

1.Nicht-Kinogänger: Diese Gruppe geht nie oder fast nie ins Kino.

2.Kinogänger: Die Jugendlichen in dieser Gruppe können als normale Konsumenten gelten. Sie gehen im Prinzip 1-12 Mal im Jahr ins Kino.

3.Häufig-Kinogänger: Die Kinofans besuchen mehr als 12 Mal im Jahr das Kino

Bei den Nicht-Kinogängern ist die Häufigkeit der Besuche mit zunehmendem Alter gesunken, während bei der Kinogängergruppe die Häufigkeit der Besuche mit dem Alter von 14 bis 15 anstieg. Nur bei den Häufig-Kinogängern erhöhte sich die Prozentangabe der Besuche mit dem steigenden Alter kontinuierlich. Baacke et al. (1990) haben den Zusammenhang zwischen Kinobesuch und Alter mit zwei Gründen erklärt. Der erste Grund ist “ein ‘pubertierender’ Kinogeschmack” (Baacke, et al.: S. 135). Die Jugendlichen ändern mit 14 bis 15 Jahren ihren Filmgeschmack von Kinderfilmen zu Jugend- oder Erwachsenenfilmen. Deshalb entsteht der genannte

Umbruch in diesem Alter. Zweitens binden sich die jüngeren Jugendlichen noch eng an die Familie und Familienaktivitäten. Ins Kino gehen ist eher ein Familienerlebnis. Es ist möglich, daß die Jugendlichen nicht genug Geldmittel zur Verfügung haben, vor allem wenn die Eltern nicht dafür bezahlen. In diesem Alter ist es schließlich die innere Motivation, sich von den Eltern abzulösen und sich mit den Gleichaltrigen zu integrieren. Ein unterstützender Beweis dafür läßt sich an den Antworten auf die Frage, "mit wem Du ins Kino gehst", zeigen. Die Jugendlichen wählten immer mehr mit zunehmendem Alter die Freunde, Freundinnen oder Gleichaltrige und Partner als Begleiter, um ins Kino zu gehen.

Ein anderer nennenswerter Aspekt der Studie ist der Umstand, daß Fernsehen und Videos oft als Konkurrenzmedien des Kinos gelten. In dieser Studie spricht das Ergebnis dagegen. Es scheint, daß die Gruppe der Nicht-Kinogänger sich auch nicht für Bildschirmmedien interessiert, und die Kino-Fans scheinen meist auch viel fernzusehen.

In den 90er Jahren hat sich die Kinolandschaft in Deutschland nachhaltig verändert (Hugger, Vollbrecht und Wegener, 2000). Sie hat einen großen Aufschwung erlebt (Neckermann, 2001). Im letzten Jahrzehnt ist die Besucheranzahl kontinuierlich um insgesamt 27% gestiegen. Neckermann hat außerdem bestätigt, daß am Ende des Jahres 2000 mehr als zwei Fünftel aller Kinosäle in den fünf zurückliegenden Jahren neu oder wieder geöffnet wurden. Das ist ein positiver Indikator für die Kinoindustrie. Ein wichtiges Phänomen, das auch die Veränderung im Kinobereich zeigt, ist das Aufkommen und die weite Verbreitung des Multiplex. Multiplex ist ein Kino, das mit mindestens 7 Kinosälen und mit vielfältigen gastronomischen Angeboten (wie z. B. Cafés, Cocktail-Bars usw.) ausgestattet ist. Wegen der größeren Zahl der Kinosäle bietet ein Multiplex dem Zuschauer außerdem mehr Filmangebote für verschiedene Geschmäcker. Neckermann (2001) hat nach der Statistik von FFA (Filmförderunganstalt) dargestellt, daß es im Jahr 1990 nur ein Multiplex gab. Im vergangenen Jahr waren bereits 24 Multiplexe vorhanden. Die Entstehung neuer attraktiver Kinos führt zum Bestreben der alten traditionellen Kinos, daß sie neu renoviert und modernisiert werden. Neckermann bemerkt, daß die Folge des Multiplexbooms bzw. Kinobooms ein Überangebot ist.

“Mittlerweile gibt es nicht nur in fast allen großen Städten mindestens

ein Multiplex, sondern es besteht an etlichen Orten bereits ein Überangebot an Kapazitäten (ein so genanntes ‘Overscreening’), sodass eine Reihe von Multiplexen derzeit keine rentable Auslastungsquote erreicht.” (Neckermann, 2001: S. 512)

Das könnte unter anderem daran liegen, daß, wie Hugger et. al. berichten, die jugendlichen Zuschauer seit Beginn der 90er Jahre seltener ins Kino gehen. 30 Millionen Eintrittskarten wurden im Jahr 1991 an die 10- bis 19jährigen verkauft. Im Jahr 1995 wurden nur 24 Millionen Karten von dieser Altersgruppe gekauft. Auch Neumann-Bechstein (2001) hat dargestellt, daß jetzt ein “Wandel der Altersstruktur” (Neumann-Bechstein, 2001: S.1) entstehe, d. h. die Kinos verlieren immer mehr ihre jungen Kunden, und die verbleibenden Zuschauer sind älter. Die Gründe des Rückgangs des Interesses bei den Jugendlichen sind nach Hugger et. al. (2000: S. 1) nicht die Konkurrenz durch Fernsehen oder Videos, sondern die erhöhten Eintrittspreise (Dies ist die Folge der Renovierung und des Ausbaus der gastronomischen Angebote). Hugger et. al. vermuten, daß auch ein verändertes Freizeitverhalten die Ursache des Rückgangs der jugendlichen Kinozuschauer ist. Die Computerspiele sind für Jugendliche attraktiver, und mit Computerspielen können sie sich genauso wie beim Kinobesuch mit ihren Gleichaltrigen vergnügen.

Die Zukunft des Kinos läßt sich schwer vorhersagen. Seine Rolle für die Jugendlichen hat sich zwar verringert, aber das Kino ist trotz Schwankungen immer eine klassische Freizeitaktivität von Jugendlichen geblieben.

e) Hörfunkkonsum

Die Hörfunkgeräte, ein traditionelles Medium, spielen heute neben dem Fernsehen eine sehr wichtige Rolle für die Bundesbürger (Hugger, et. al., 2000: S.1). Wie der Fernseher befindet sich in fast jedem Haushalt auch ein Radio. Nach Breunig (2001) konnte der kommerzielle Hörfunk im Jahr 2000 ein Bruttowerbeaufkommen von mehr als 2 Mrd DM erreichen. Und obwohl es heute viele neue Medienangebote gibt, die Anteil an der Mediennutzung haben, nutzen die Jugendlichen in erster Linie die klassischen Medien wie Fernsehen und Radio, die zu ihrem Alltagsleben gehören. Feierabend und Klingler (2000) haben im Bericht der JIM-Studie von 2000, in der 1200 Interviews unter 12- bis 19jährigen Jugendlichen vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest in Kooperation mit Partnern veranstaltet wurden,

festgestellt, daß die Nutzung der klassischen Medien, nämlich Fernsehen, Tageszeitung und Radio, bei Jugendlichen abgesehen von kleinen Veränderungen der Nutzungsstatistik im Jahresvergleich eine gewisse Stabilität erreicht hat. Neben Fernseher und Radio hat die Stereoanlage auch eine große Bedeutung. Der Fernseher, CDs oder Musikkassetten und Radio spielen eine zentrale Rolle in der Freizeit der heutigen Jugend. Dies kann auch dadurch erklärt werden, daß Fernseh- und Hörfunkgeräte und Kassettenrekorder schon alltägliche Haushaltgeräte geworden sind. Die meisten Jugendlichen haben sogar einen eigenen Fernseher, ein eigenes Radio und eine Anlage zur Verfügung. So ist es nicht überraschend, daß 92% der befragten Jugendlichen angaben, mindestens mehrmals pro Woche Musikkassetten zu hören. 84% der Jugendlichen hören mehrmals wöchentlich Radio. Nach der Schätzung der Medien Analyse 2001/II liegt die durchschnittliche Hördauer der 14- bis 19jährigen bundesweit bei ca. 131 Minuten pro Tag (berechnet von Montag bis Freitag, 5.00 bis 24.00 Uhr) (Mediendaten Südwest, 28.09.2001). Und die Zeit, in der die 14- bis 29 Jährigen in der BRD am häufigsten das Radio nutzen ist zwischen 6.30 und 7.30 Uhr¹ (Mediendaten Südwest, 24.09.2001).

Und welche Erwartungen hat man bei der Hörfunknutzung? Breunig (2001) hat festgehalten, daß der Hörfunk im Prinzip das Medium für Spaß und Vergnügungen ist. Weitere Nutzungsmotive sind Entspannung und Informationsfunktion. Bei der Gruppe der Jugendlichen ist diese Motivation nicht anders. Es scheint aber, daß die Jugendlichen in erster Linie Unterhaltung beim Radiohören erwarten. Laut Hugger et. al. (2000) ist für Jugendliche die gespielte Musik am wichtigsten, die auch über die Programmauswahl entscheidet. Pop- und Rockmusik scheinen dem Geschmack der jungen Leute am häufigsten zu entsprechen. Die zentrale Rolle der Musik verdeutlicht auch die Befragung von Oehmichen (2001), die bei 2000 Personen ab 14 Jahren in Hessen durchgeführt wurde. Oehmichen unterteilte seine Befragten nach dem Alter in verschiedene Hörertypen. Bei den "Jungen Wilden", deren Alter knapp über 20 Jahre ist, steht die Musik im Mittelpunkt. Die Genres sind dabei sehr vielfältig wie Hip-Hop, Rap, Techno, Pop, Dance-Pop usw. Außer Musik interessieren sich die jungen Wilden im Radio noch für jugendkulturelle Themen, Veranstaltungshinweise, Comedyserien und Gewinnspiele. Nachrichten und

¹ Diese Angabe bezieht sich nur auf die Gruppe der "Hörer gestern". Mit "Hörer gestern" sind die Befragten gemeint, die an einem durchschnittlichen Werktag/Wochentag innerhalb einer Viertelstunde

Informationen über Politik und Gesellschaft scheinen nicht so attraktiv für diese Gruppe zu sein. Das verändert sich bei der nächsten Gruppe, den "Erlebnisorientierten" (um 30 Jahre). Die Einstellung zu Musik und Unterhaltung als zentralen Nutzungsmotiven wird geringer und durch mehr Interesse an Nachrichten und aktueller Information ersetzt. Die bevorzugte Musik ist ebenfalls Rock und Pop.

Ein Beweis, daß die Jugendlichen und ihr Geschmack Bedeutung für den kommerziellen Hörfunk gewonnen haben, sind die zahlreichen Neueinführungen im Hörfunkbereich im letzten Jahrzehnt, die sich auf die 14- bis 19jährigen als Zielgruppe fokussieren (Hugger et.al., 2000). Auch Breunig (2001) hat festgestellt, daß die meisten in den letzten Jahren neugegründeten privaten Landessender sich an der Jugend als Zielgruppe orientieren, deren Alter zwischen 14 und 29 Jahren liegt. Diese typischen Jugendradios, knapp ein Fünftel aller Privatradios, haben das sogenannte CHR-Format (Contemporary Hit Radio). Kennzeichnend für die Sendungen sind aktuelle, schnelle Charthits und die dynamisch-aggressive oder witzige Moderation. Unberücksichtigt bleiben Informationen. Es gibt außerdem Jugendsender, die aus kommerziellen Gründen und zur Steigerung des Werbeaufkommens ihre Zielgruppe auf die Älteren erweitern. Diese Art Radio mit AC-Format (Adult Contemporary) dominiert den Bereich der Privatradios und besteht sowohl aus Musikunterhaltung (meist Popmusik) wie auch aus kurzen Informations- und Serviceteilen. Aufgrund erhöhter Konkurrenz auf dem Hörfunkmarkt müssen die Radiosender neue Strategien entwickeln. Sie wandeln sich zu "Agenturen, die nicht nur ein Radioprogramm veranstalten, sondern sich als Marke verstehen" (Breunig, 2001: S. 470), wie es sich z. B. in der Veranstaltung von Disco-Nächten zeigt.

Aufgrund dieser Verbreitung hat der Hörfunk erheblichen Einfluß auf Jugendliche. In der Untersuchung von Dogmar, Boehnke, Münch und Güfens, über die U. Gleich (2000) für den ARD-Forschungsdienst berichtet, wird untersucht, inwieweit die Jugendlichen den Hörfunk in Bezug auf ihre Lebensgestaltung und -orientierung für wichtig und nützlich halten. Die Studie geht davon aus, daß auf dem Weg zum Erwachsensein die Jugendlichen sich in bestimmten Lebensbereichen (wie z. B. Geschlechtsrollenübernahme, Übernahme von sozialer Verantwortung) weiter entwickeln. Sie wählen deshalb in ihren Sozialkontexten die möglichen vorhandenen Sozialisationsinstanzen, die diesen Entwicklungsanforderungen als zweckmäßig

zwischen 5.00 und 24.00 Uhr eine bestimmte Sendung bzw. ein bestimmtes Programm gehört haben.

erscheinen. Der Stellenwert des Hörfunks bei Jugendlichen wird in dieser Untersuchung, an der 135 9-bis 17jährigen teilgenommen haben, dargestellt. In der Ergebnisanalyse werden die Jugendlichen Hörertypen wie folgt unterschieden:

1. "Jugendliche mit niedriger Radioaffinität"; diese Gruppe hört nur selten Radio. Radio begeistert sie nicht.
2. "Jugendliche mit hoher Radioaffinität"; offenbar nutzen diese Jugendlichen Radio intensiv. Radio hat hier sowohl Nebenfunktion (Radio läuft im Hintergrund) als auch den Zweck der Informationsquelle
3. "Jugendliche mit spezieller Radioaffinität"; die Jugendlichen wählen spezifische Angebote, d. h. ihre Nutzung ist zweckbestimmt. Radio ist ein Medium für parasoziale Kontakte.
4. "Jugendliche mit mäßiger Radioaffinität"; Radio wird nebenbei genutzt. Den Inhalten wird nicht zugehört.

Es kann geschlußfolgert werden, daß die dritte Gruppe das Radio am ehesten als Sozialisationsinstanz nutzt. Radio ist für sie ein wichtiges soziales Referenzsystem, das soziale Kontakte und Fähigkeiten stützt (z.B. ermöglicht das Hören Kontakte zu anderen dadurch, daß über Sendungsinhalte gesprochen werden kann).

Bei der ersten und zweiten Gruppe ist der Entwicklungsbedarf nur eine geringe bis mittlere Motivation für die Radionutzung. Die Jugendlichen mit hoher Radioaffinität nutzen das Radio, um ihre Stimmung im guten Zustand zu halten und nicht zum Lernen oder für soziale Orientierung. Die Gruppe mit niedriger Radioaffinität findet kaum Nutzen im Radio. Sie beziehen das Medium nicht auf ihre jeweilige Lebenssituation.

Man kann sagen, daß das Radio bei Jugendlichen nicht nur Unterhaltungsfunktionen erfüllt. Für die Jugendlichen, die die Radionutzung fokussieren, ist das Radio eine wichtige Sozialisationsinstanz. In den meisten Studien wird das Radio im Vergleich zum Fernsehen als unbedeutenderes Medium betrachtet (Gleich, 2000). Der Grund dafür ist nach Gleich vermutlich, daß der Hörfunk sich schon längst in den Alltag der Menschen integriert hat. Er wandelte sich zum normalen Alltagsmedium, zum Nebenbeimedium. Deshalb wird er übersehen bzw. unterschätzt. In Wirklichkeit hat der Hörfunk eine enorme Reichweite. Außerdem haben Jugendliche, eher ein Radio zur eigenen Verfügung als ein Fernsehgerät. Obwohl der Hörfunk heute eine Konkurrenz von anderer Art (der neuen Tonträger

wie CD-Player, MP3 oder Mini-Disc-Recorder) erlebt, behauptet das Ergebnis der JIM-Studie von 2000, daß der Besitz der genannten Geräte noch geringer ist (CD-Player: 41%, Mini-Disc-Recorder: 16%, MP3: 4%). Offensichtlich hat dieses traditionelle Medium deshalb noch eine schöne Zukunft.

f) Printmedienkonsum

Die Printmedien sind das älteste Medium von den in dieser Arbeit ausgewählten Medien. Die Bibliothek war schon immer ein Ort der Sammlung und Vermittlung von Wissen. Man kann sagen, daß dieses Medium die Menschheitskultur bewahrt und weiter vermittelt. Seit der Reformation spielten Printmedien immer wieder eine entscheidende Rolle als Mittel der Meinungsäußerung. Nach der Erfindung und Entwicklung des Druckes haben sich die Printmedien nach und nach in der gesamten Gesellschaft verbreitet. Bis heute sind die Printmedien ein günstiges Medium, das überall erhältlich ist. Aber wie sieht die Zukunft der Printmedien aus, wenn die Konkurrenz durch viele neue Medien entsteht? Bevor dazu eine Aussage gemacht werden kann, soll zunächst die Veränderung im Leseverhalten der Jugendlichen dargestellt werden. Der Prozentanteil der Nichtleser liegt in der Befragung von Baacke, et. al. (1990) bei 6,3% der gesamten Befragten, während die Beliebtheit des Bücherlesens im Ergebnis deutlich ist. Ein Drittel der Befragten erklärt, daß Lesen ihre liebste Freizeitbeschäftigung ist (offene Frage, mehrere Nennungen möglich). Es scheint, daß der Anfang der 90er Jahre eine goldene Zeit für Printmedien war. Auf dem Weg zum neuen Jahrtausend läßt sich ein Rückgang des Printmedienkonsums erkennen. Zuerst möchte ich die Zeitung genauer fokussieren. Die Zeitung ist in der Hinsicht anders als andere Printmedien, da das Hauptziel des Zeitunglesens ist, sich aktuell zu informieren. In der Studie von ARD-ZDF und der Bertelsmannstiftung von 1986 gaben 48% der befragten Jugendlichen an, täglich Zeitung zu lesen. In einer Studie der Stiftung Lesen, in der im Jahr 2000 Interviews unter Bundesbürgern ab 14 Jahren durchgeführt wurden, gaben nur 22% der Jugendlichen an, die Tageszeitung noch zu nutzen (Franzmann, 2001: S.91). Hugger et. al. (2000) zitieren Umfrageergebnisse des Instituts für Demoskopie Allensbach, und zeigen daran, daß die Reichweite der lokalen Abonnementzeitungen unter den 14- bis 19-jährigen von 58 auf 43 % gesunken ist. Nach Hugger et al. (2000) hat Rinsdorf (1996) zwei Typen

der Nicht-Nutzer unterschieden. Die erste Gruppe sind die "passiven, uninteressierten Nichtleser". Dieser Typ ist dadurch gekennzeichnet, daß er niedrige Bildung und kaum Interesse an Politik hat. Seine Mediennutzung fokussiert meist die Unterhaltungsangebote und seine Freizeit verbringt er zu Hause. Die zweite Gruppe sind "die aktiven, interessierten Nichtleser". Diese Gruppe ist höher gebildet und aktiv im öffentlichen Leben. Sie interessiert sich zwar für Politik, beschäftigt sich aber nicht mit politischen Institutionen. Nach ihrer Ansicht ist die Zeitung nicht das Medium, in dem sie die gewünschten Informationen finden kann. Als Folge dieses Rückgangs haben viele Verlage mit neuen Strategien versucht, die Zielgruppe der Jugendlichen zu erreichen: mehr jugendspezifische Themen oder Jugendseiten oder auch zahlreiche Programme zur Leseförderung wie z.B. Sponsoring-Aktionen. Sogar andere Medien werden genutzt. Neue Medien wie das Internet sind eine Alternativlösung. So können die Jugendlichen heute mehr als 50 Zeitungen online lesen.

Auch bei anderen Printmedien wie Büchern gibt es die Tendenz des Rückgangs der jugendlichen Leserschaft. Im Vergleich der Ergebnisse von Interviews der Stiftung Lesen von 1992 und 2000 ist der Prozentanteil der 14- bis 19jährigen Jugendlichen, die in einer Woche einmal ein Buch lesen, um zwölf Punkte gesunken (von 83% auf 71%) (Franzmann, 2001: S.91). Auch in der Gruppe der 20- bis 29-jährigen ist der Anteil von 58% auf 44% zurückgegangen. Trotz dieser Abnahme ist es bemerkenswert, daß der allgemeine Trend die Gruppe der Vielleser nicht betrifft. Franzmann berichtet, daß die Zahl der jährlich gelesenen Bücher bei den Viellesern gestiegen ist.

Und was motiviert die Jugendlichen zum Lesen? Am häufigsten genannt wird die Weiterbildung. Die Hälfte der 14- bis 19 Jährigen gibt an, gerne Weiterbildungsliteratur zu lesen. Dies entspricht den Erwartungen der Jugendlichen an Bücher. Sie erwarten vom Lesen, daß sie etwas lernen oder davon profitieren ("Bücher sollen so sein, daß ich davon lernen und profitieren kann") (Franzmann, 2001: S.93). Und sie wollen auch, daß Bücher anregend sind und ihre Fantasie wecken ("Bücher sollen spannend sein/faszinieren") (ebd.).

Man kann die Frage stellen, ob die neuen Medien verantwortlich für die Abnahme der jugendlichen Leserschaft sind. Die Wirkungen der elektronischen Medien kann man offenbar im Leseverhalten der Jugendlichen beobachten. Eins von zwei genannten Lesehindernissen ist die Freizeitkonkurrenz. So lauten häufig angegebene Gründe "Ich finde, man kann sich heute auch auf andere Weise als durch

Bücherlesen unterhalten” und “ ‘Ich unternehme lieber andre Dingen als mich hinter Büchern zu vergraben” (ebd.: S. 94). 77% der unter 20-jährigen sind der Meinung, daß Radio und Fernsehen attraktivere Informationsquellen sind als die Zeitung. Diese Ansicht hat von 1992 um 15 Prozentpunkte zugenommen. Die elektronischen Medien sind nicht nur Hindernisse für die Lesebeliebtheit. Sie wirken auch auf die Lesestrategie, “ein ‘Zapping-Effekt’” stellt sich ein (Neumann-Bechstein, 2000: S.1). Beim Bildschirmgerät verweilt man nicht, wenn der Inhalt anstrengend oder langweilig ist. Man schaltet einfach um. Keine Zeit soll mit Langeweile vergeudet werden, “mediale Ungeduld” (ebd.) entsteht. In der Studie der Stiftung Lesen hat dieses Verhalten auf Lesegewohnheit die Auswirkung, daß das Lesen stärker selektiv ist.

“Neben der kontinuierlichen Lektüre an einem Stück setzt sich mehr und mehr das Lesen in kleinen Portionen durch. Man macht mehr Lesepausen, liest in Zeiträumen im Tagesablauf und überfliegt den Text oft nur, um sich das Interessanteste herauszupicken...” (Franzmann, 2001: S. 97)

Von 1992 hat die Zapping-Gewohnheit unter den Jugendlichen bis 19 Jahren um 20 Prozentpunkte zugenommen. Eine andere, veränderte Lesegewohnheit ist die Parallel-Lektüre, bei der die Jugendlichen zur gleichen Zeit mehrere Bücher lesen. Der Prozentanteil der Jugendlichen mit dieser Gewohnheit hat sich von 1992 fast verdoppelt (von 11% auf 20%).

Ein anderes neues Medium, bei dem die Frage gestellt wird, ob es das Lesen reduziert, ist der Computer. Ein überraschendes Ergebnis der Stiftung-Lesen-Studie ist, daß die PC-Nutzer häufiger als die Nicht-Nutzer angeben, mehrmals täglich oder wöchentlich zu lesen. Auch die Zahl der gelesenen Bücher ist beim PC-Nutzer höher. Insbesondere bevorzugen die Computernutzer Fachliteratur, die sie dreimal häufiger als Nicht-Nutzer lesen. Sie bestätigen außerdem, daß die Beschäftigung mit Computer und Internet Buchlektüre nicht verhindert. Desweiteren wird von PC-Nutzern behauptet, daß

“das Lesen am Bildschirm die viel sinnlichere Lektüre eines Buches nicht ersetzen kann. Überhaupt ist die Lektüre längerer Texte am Bildschirm eher mühsam. Meist wird auf Papier ausgedruckt und dort gelesen” (ebd.: S. 98)

Im Gesamtbild des Printmedienkonsums von Jugendlichen zeigt sich ein Rückgang. Außerdem ist das Ziel des Lesens der meisten Jugendlichen der eigene Profit bzw. der ästhetische für die Weiterbildung und nicht mehr Genuß. Das Leseverhalten ist auch vom stark selektiven Stil geprägt, der offenbar vom Fernsehen beeinflusst wird. Dies alles erzeugt ein Bild von Jugendlichen, die Bücher schnell durchblättern und nur nach gewünschter Information suchen. Aber dies betrifft nicht alle Jugendlichen. Es gibt noch die Gruppe innerhalb der Jugend, die in einer Sofaecke ein Buch in der Hand noch genießen. Für die lesenden Jugendlichen scheint das Bücherlesen nicht weniger attraktiv zu sein als früher. Wie die Zukunft der Printmedien aussieht, ist noch unsicher. Diese Ergebnisse zeigen aber eine Tatsache: Obwohl die Printmedien mit der Freizeitkonkurrenz von neuen Medien kämpfen, kann die Ästhetik dieses geschichtlichen Mediums nicht einfach durch neue Medien ersetzt werden.

Da die Medien weit verbreitet genutzt werden, gibt es auch die großen Unterschiede in der Mediennutzung, die von den verschiedenen Faktoren abhängig sind. Im nächsten Abschnitt werden die Aspekte der Unterschiede differenziert und gezeigt, wie sie sich auf die Mediennutzung auswirken.

3.3 Unterschiede der modernen Freizeitgestaltungen

3.3.1 Jungen-Mädchen

Das Geschlecht eines Menschen ist nicht nur durch physische Merkmale bestimmt. Auch auf der emotionalen Ebene und in den Verhaltensweisen zeigen sich Unterschiede zwischen den Geschlechtern, und das heißt auch im Freizeitverhalten. Die Ergebnisse unterschiedlicher Jugendstudien belegen, daß manche Freizeitbereiche von einem bestimmten Geschlecht dominiert werden. In der Shell Jugendstudie von 1997 wird festgestellt, daß die Bereiche Technik und Sport mehr Interesse bei Jungen als bei Mädchen finden. Die Jungen spielen außerdem deutlich öfter Computer als Mädchen (49%:19%). Sie beschäftigen sich lieber als Mädchen mit dem Auto/Motorrad/Moped/Fahrrad (59%:37%). Männer schauen außerdem mehr Videos (59%:4%) und sehen etwas mehr fern (81%:76%). Körperliche Aktivitäten (Sport treiben/Fitness-Studio/Sauna) werden etwas häufiger von Jungen (57%) als von Mädchen (49%) ausgeübt. Die Mädchen verbringen ihre Zeit lieber mit Einkaufsbummel (71%) und mit Lesen (59%), während nur 34% der Jungen gern

Einkaufsbummel machen und nur 38% in ihrer Freizeit Bücher lesen. Die weiblichen Jugendlichen schreiben auch mehr Briefe und Tagebuch (37%:9%). Außerdem beschäftigt sich fast die Hälfte der befragten Mädchen gern mit kreativen Freizeitaktivitäten wie Zeichnen, Malen, Fotografieren und Filmen, während diese Aktivitäten nur von 22% der Jungen genannt werden. Unternehmungen mit der Familie haben auch mehr Bedeutung für die weiblichen Jugendlichen. 72% der weiblichen Befragten verbringen Freizeit mit der Familie und 47% unternehmen etwas mit ihr. Nur 61% der Jungen bleiben in der Freizeit in der Familie, und 37% nehmen an Familienaktivitäten teil.

In der Shell-Studie von 2000 werden Aktivitäten wie Einkaufsbummel und Spaziergehen als "klassische 'weibliche' Aktivitäten" genannt (Fritzsche, 2000: S.207). Es wird berichtet, daß nur 3% der Mädchen (14% der Jungen) angeben, nie einen Einkaufsbummel zu machen. Fast zwei Drittel der männlichen Jugendlichen erklären, daß sie nie spaziergehen. Der Bereich des Sports und des Computers bleibt weiterhin eine männliche Domäne. Nur rund ein Viertel der Jungen beschäftigt sich nie mit dem Computer, während 40% der Mädchen sich nicht für die Beschäftigung mit dem Computer interessieren. 15% der männlichen Jugendlichen treiben gar nicht Sport, wogegen 24% ihrer weiblichen Altersgenossinnen in der Freizeit nie körperliche Betätigung machen.

Bei der JIM-Studie 2000 sieht man ähnliche Ergebnisse. Wenn die jugendlichen Befragten gebeten werden, aus den angegebenen 15 (nicht medienbezogenen) Freizeitaktivitäten auszuwählen, geben mehr Mädchen an, gern in der Freizeit Einkaufsbummel zu machen und etwas mit der Familie zu unternehmen. Auch beschäftigen sich mehr (39%) mit musischen Tätigkeiten als die Jungen (27%). Bei "typisch männlichen" Aktivitäten wie Beschäftigung mit Mofa/Mopeds und mit dem Sport sind die Ergebnisse erwartungsgemäß. Nur 3% Frauen verbringen die Zeit mit Mofa und Mopeds. Aber dies tun 17% Jungen in ihrer Freizeit. Die Jungen sind eher daran interessiert, Sport zu treiben (67%:58%). Die Jugendlichen wurden auch gefragt, wie wichtig bestimmte Themenbereiche für sie sind, und über welche sie besonders schnell Bescheid wissen müssen. Bei den Themen, die für Mädchen sehr wichtig sind, stehen auf dem ersten Platz "Aktuelles aus aller Welt" und "Mode/Klamotten" (je 56%). Danach folgen "Musik" (46%), "sonst. Veranstaltungen in der Gegend" (41%), "Bücher" und "Kinofilme" (je 38%). Bei den Jungen steht auf dem ersten Rang ebenfalls "Aktuelles aus aller Welt" (50%). Für die Jungen sind beim

schnellen Informieren auch die Themen “Internet” (46%) und “neue wissenschaftliche Entdeckungen” (45%) bedeutend.

Die Unterschiede kommen in verschiedenen Bereichen vor, die auch in Bezug auf Freizeitverhalten wichtig sind. Die weiblichen Jugendlichen legen großen Wert auf Bücher (38%), während nur 15% der Jungen sich schnell über Bücher informieren lassen möchte. Nachrichten über Mode und Klamotten sind ebenfalls attraktiver für Mädchen (56%:38%). Für die männlichen Jugendlichen sind die Nachrichten aus dem Computerbereich (Computerspiele, Hardware, Software) und der Autowelt viel interessanter. Bei den ermittelten medialen Freizeitaktivitäten (die täglich oder mehrmals pro Woche ausgeübt werden) zeigen sich Gemeinsamkeiten. Beide Geschlechter nennen Fernsehen am häufigsten (93% der Jungen, 92% der Mädchen). Auf dem zweiten Platz steht bei beiden Geschlechtern CDs oder Musikkassetten hören (92% Jungen, 92% Mädchen). Die Mädchen hören aber öfter Radio (89%) als Jungen (80%) und lesen auch häufiger (47%:25%). Die Jungen benutzen häufiger Computer (70%) als die Mädchen (49%).

Zusammenfassend haben Jungen und Mädchen viele Gemeinsamkeiten in den Freizeitaktivitäten. Beide verbringen z. B. am liebsten ihre Freizeit mit ihren Freunden (in der Shell-Studie von 1997 geben insgesamt 93% der Jungen an, häufig oder sehr häufig mit Freunden zusammen zu sein. Auch in der JIM-Studie 2000 steht “Freunde treffen” mit 86% Nennungen der gesamten Jugendlichen am ersten Platz). Die Medienpräferenzen von Jungen und Mädchen sind auch ähnlich. Beide Geschlechter sehen in der Freizeit am häufigsten fern und hören gern Musik. Trotz vieler Gemeinsamkeiten gibt es in manchen Bereichen Unterschiede. Es gibt ohne Zweifel “männliche” und “weibliche” Freizeitbetätigungen. Der Bereich von Technik (Computer, computerbezogene Produkte, Autos) und Sport ist offensichtlich männlich dominiert, während familienorientierte Freizeitaktivitäten, Einkaufsbummel und Lesen weiblich dominiert Bereiche sind.

3.3.2 Land-Stadt

Ein wichtiger Faktor bei der Betrachtung des Freizeitverhaltens von Jugendlichen ist der Ort, wo die Jugendlichen leben. Man kann vermuten, daß die unterschiedlichen Lebenskontexte (wie z.B. Lebensformen, Anzahl der Freizeitstätten und Freizeitangebote) zu unterschiedlichen Lebensweisen und auch

Freizeitgestaltungen führen. Es ist infolgedessen notwendig, die Lebenslagen und –orientierungen der Jugendlichen in verschiedenen Wohnorten zu berücksichtigen. Die Arbeit geht vom polaren Gegensatz Stadt-Land aus.

Wie zuvor in der Darstellung der Theorie der Individualisierung bereits festgestellt, verbreitet sich die Modernisierung in der heutigen Gesellschaft und ändert die traditionellen Lebensformen. Auch in ländlichen Regionen kommt ein Individualisierungsprozeß in Gang, obgleich die traditionelle Lebenswelt noch Bedeutung behält. Dies wurde in der Untersuchung über Landjugendliche von Böhnisch, Rudolph, Funk und Marx (1997) bestätigt (ein Forschungsauftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten), in der auch der Ost-West-Vergleich berücksichtigt wurde. In der Befragung wurden die Gemeinden im Osten und im Westen nach der Größe ausgesucht. Die Mehrheit der Befragten (77,6%) wohnten in Gemeinden bis zu 5000 Einwohnern. Der Rest (22,4%) wohnte in den kleinen Städten bis zu 15000 Einwohnern.

“Jugendliche auf dem Lande sind schon im Schulalter im Spannungsfeld von ländlichen Orientierungen und städtisch-modernistischen Werten. Dieses gilt als Pendeln zwischen zwei Welten.” (Böhnisch et al.: S. 15)

Zur Frage nach der Mobilitätsbereitschaft (die Jugendlichen wurden gefragt, wie und ob sie auf dem Land eine Zukunft finden) kam es zum Ergebnis, daß 40,7% der Ostlandjugendlichen und 61,8% der Westlandjugendlichen in der Heimatgemeinde bleiben wollen. 34,8% der Jugendlichen im Osten und 25% im Westen bleiben vielleicht weiter in der Heimatgegend. Diese Wahrscheinlichkeit hängt aber von den Möglichkeiten der Schulbildung, der Ausbildung und des Berufes ab. Nur 13,4% der Befragten im Osten und 5,4% im Westen sind sicher, in der Zukunft aus der Heimat wegzuziehen. Die Ortsgebundenheit zeigt sich auch in den Freizeitbeschäftigungen der Jugendlichen. Mehr als die Hälfte (60,8% im Osten und 65,6% im Westen) verbringen ihre Freizeit gern in der Gemeinde und in der Umgebung (30 km). Die Bevorzugung der weiteren Umgebung steigt mit zunehmendem Alter. Dies kann dadurch erklärt werden, daß mit dem steigenden Alter eher Fahrzeuge zur Verfügung stehen. Auch unzureichende öffentliche Verkehrsmittel führen dazu, daß die Freizeitstätten in der Heimatgemeinde attraktiver sind. Der wesentliche Teil der Freizeit wird deshalb im Osten in den Jugendclubs und

im Westen in den Vereinen und Verbänden verbracht. Bemerkenswert ist, daß die Angebote dieser Organisationen hierbei aber keine Hauptrolle spielen. Wichtiger ist es, daß sie den Jugendlichen die Möglichkeiten bieten, sich mit den Gleichaltrigen zu treffen. So sind sie mehr ein Treffpunkt aus Mangel an Alternativen für Jugendliche. Wo Jugendclubs, Vereine und Verbände Versammlungsorte der Jugendlichen sind, fehlen Freizeitgelegenheiten wie Schwimmbäder, Diskotheken oder Fitnesscenter. Auch bei einer Pressekonferenz des Landessportbundes Brandenburg, der Universität Potsdam und des Ministeriums für Bildung, Jugend und Sport wurde festgestellt, daß sogar die bei den Jugendlichen beliebtesten Vereine wie Sportvereine die Freizeitwünsche der Jugendlichen nur unzureichend erfüllten (Ministerium Brandenburg, 2000). Böhnisch et al. fragten auch nach dem Medienkonsum. Das Ergebnis zeigt erstaunlicherweise, daß das Fernsehen als das verbreitetste Medium keine so große Bedeutung hat wie man hätte vermuten können. 53,8% der Landjugendlichen im Westen und 46,4% der im Osten gucken nur gezielte Sendungen oder sehen ab und zu fern. 18,9% der Ostjugendlichen und 23,2% der Jugendlichen im Westen sehen täglich bis zwei Stunden. Die Prozentanteile der Fernsehfans und der Nichtseher sind beinahe gleich. 19,3% im Osten und 11,9% im Westen verbringen täglich über zwei Stunden vor dem Bildschirm, während 15,4% im Osten und 11,9% im Westen so gut wie nie fernsehen. Die Informationsquelle der Landjugend sind auch vor allem die Printmedien. 67,5% der Jugendlichen im Westen lesen Tagespresse und 36,2% die Wochenmagazine. Die Jugendzeitschriften spielen eine untergeordnete Rolle im Westen, während sie im Osten als erste Informationsquelle genannt werden.

Während die Jugendlichen auf dem Land vom Mangel an Angeboten und vom Mobilitätswang eingeschränkt werden, wird die Freizeit der Jugendlichen in der Stadt vom modernistisch-städtischen Charakter der Umgebung bedingt. Nach Kißler und Keller-Ebert (1994) müssen die Jugendlichen in der Stadt ihr Leben unter "wechselndem Personenkreis und räumlicher Orientierung" (Kißler und Keller-Ebert, 1994: S.61) verbringen. Durch Zwänge wie z. B. die Arbeitszeit der Eltern oder die Öffnungszeiten der Schule haben die Jugendlichen in der Stadt stärkeren Druck von unflexiblen, institutionenabhängigen Bedingungen. Diese Situation bringt auch den Zwang mit sich, daß die Jugendlichen ihre Zeit gut einteilen müssen. Die Jugendlichen müssen nicht nur ihren Tagesablauf gut organisieren, sondern es kommt zu dem Ergebnis, daß ihre Zeit aufgrund der Vielzahl der Aktivitäten (die Zeit im

Straßenverkehr, Hausaufgaben, außerschulische Aktivitäten, Freunde treffen, Spielen, besonderen Unterricht wie z.B.) knapp ist. Schließlich führt dies zum streng fixierten Zeitplan. Nach Kißler et al. berichtete Büchner (1993), daß Kinder ohne feste Termine in der Woche viel häufiger in den ländlichen Regionen (21,3%) als in der Stadt (14%) gefunden werden können. Die Schwierigkeit der städtischen Jugendlichen ist nicht nur, daß sie “zu wenig” Zeit haben, sondern auch, daß sie in ihrem Leben in der Stadt von einer großen Konkurrenz der vielfältigen Freizeitangebote umgeben sind, die das Zeitbudget beanspruchen und es knapper machen. Die städtischen Jugendlichen “stehen heute in einem *Spannungsverhältnis* zwischen dem ‘freien’ *Freizeitbereich* und dem ‘reglementierten’ *Schul- und Ausbildungsbereich*” (ebd.: S. 64). Einerseits nehmen die Jugendlichen den Zwang wahr, in der Individualisierungsgesellschaft Erfolg zu haben, andererseits sind sie mit den Verlockungen der kommerziellen Freizeitindustrie konfrontiert. Die Jugendlichen müssen deshalb ihre Freizeit intelligent und kreativ gestalten. Freizeit ist für sie nicht einfach “freie Zeit”, sondern die “sinnvolle freie Zeit”. Was der Zeitplan beinhaltet, muß wohl überlegt sein, so daß die Zeitverbringung nützlich ist. D. h. es muß gemanagt werden, wie die Aktivitäten gestaltet werden sollen, wie z. B. nach der Schule Zeit für den Sportclub ist. Man muß planen, wieviel Zeit mit Sport verbracht werden soll und wieviel Zeit es im Straßenverkehr braucht, bis man das Einkaufszentrum erreicht, bevor die Läden geschlossen werden. Am Abend will man gemeinsam mit den Eltern essen, aber wenn sie aufgrund der Arbeit nicht rechtzeitig kommen können, überlegt man, was inzwischen getan werden soll, vielleicht Hausaufgaben machen, damit die Zeit am Spätabend für Gameboy oder Spielkonsole übrig bleibt. In der Freizeit erhalten die Jugendlichen in der Stadt mehr Chancen, sich den Individualisierungsbedingungen anzupassen und entsprechende Lebensstile zu entwickeln.

Während die Vereine oder Verbände auf dem Land eine große Rolle spielen, haben die Jugendlichen in der Stadt mehr Freizeitstätten und Treffpunkte wie z. B. Kneipen oder Diskotheken. Neben vielen anderen Möglichkeiten ist die Straße, die auf dem Land reine Verkehrsbahn bleibt, in der Stadt etwas Besonderes. Straßen und Aktivitäten auf den Straßen gehören zur städtischen Szene. Nach Kißler et al. haben die Straßen eine Funktionsmischung für die Jugendlichen. Sie benutzen Straßen auch als Orte zum Verweilen und Kommunizieren, als Treffpunkte oder auch als Sportplätze (vgl. Punkt 3.2.1 a: Sport).

Die Unterschiede zwischen Jugendlichen in der Stadt und auf dem Land lassen sich folgendermaßen zusammenfassen: Die Jugendlichen auf dem Land bleiben trotz der Verbreitung der Modernisierung teilweise traditionell gebunden. Das kann wahrscheinlich dadurch erklärt werden, daß ihre Umgebung noch nicht völlig modernisiert ist, und daß sie noch in kleineren Siedlungen bleiben, wo es noch enge Sozialbindung gibt und in denen die Leute noch die Relationen zwischen Menschen und Heimat wahrnehmen. Und dies spiegelt sich auch in der Freizeit wieder. Sie fühlen sich wohl in der Gemeinde und verbringen Freizeit in der Herkunftsgemeinde oder in der Umgebung. Zentrale sind die Jugendclubs und Verbände oder Vereine. Wo wenig Freizeitangebote vorhanden sind, bieten diese Orte den Jugendlichen Treffpunkte. In der Stadt ist es offensichtlich, daß die Jugendlichen bereits früh das Leben in der Individualisierungsgesellschaft kennenlernen müssen. Sie lernen, wie die Umwelt (institutionenabhängige Rahmenbedingungen) ihr Leben bestimmt und wie sie darin leben sollen. Ihr Zeitplan ist gleichzeitig sowohl streng reglementiert (aufgrund knapper Zeit und Vielzahl der Tätigkeiten), als auch den äußeren Bedingungen flexibel angepaßt (wie z. B. der Freizeitgestaltung und der Arbeitszeit der Eltern). Ihre Freizeit muß deshalb sinnvoll aber auch flexibel gestaltet werden, wodurch sie lernen, sich in der Zukunft auf die individualisierte Lebenswelt vorzubereiten.

3.3.3 Alte und neue Bundesländer

Schon vor kurz nach der Wiedervereinigung hat die Verwestlichung in den neuen Bundesländern begonnen. Interessant zu beobachten ist, wie sich die Jugend als nachwachsende Generation mit ständig schrumpfender DDR-Erfahrung dadurch änderte. Was sich in den letzten zehn Jahren wandelte, kann man auch im Freizeitsektor beobachten. Hurrelmann (2000) meint, daß die Situation für die Ostjugendlichen noch schwieriger ist als für die Westjugendlichen (Hurrelmann, 2000). Nach der Wiedervereinigung strömten die kommerziellen Konsumangebote durch Werbung in die Osten. Im Osten herrscht deshalb der Konsumdruck im Freizeitbereich nicht weniger stark als im Westen. Die Hinweise lassen sich in der 13. Shell-Studie sehen. Wenn die Jugendlichen nach dem Besitz des Luxusartikels Handy gefragt werden, gibt es kaum Unterschiede in der Antwort. 28% der westlichen Jugendlichen und 30,2% der östlichen besitzen ein Handy. Außerdem berichtet

Fischer in der Shell-Studie weiter, daß die Ostjugendlichen früher ein Handy besitzen als die Westjugendlichen. Obwohl bei der Internetnutzung der Prozentsatz der östlichen Seite niedriger ist (19,7%:26,3%), wird angenommen, daß der Grund in der unzureichenden Geräteausstattung liegt und nicht im Mangel an Interesse.

Auch die Untersuchung von Lange (1997) bringt entsprechende Belege. Die Jugendlichen im Osten geben an, nicht weniger Geld für Konsumgüter als die Jugendlichen im Westen auszugeben. Außerdem nähert sich das Konsummuster der Jugendlichen beiden Seiten an, d. h. die oberen Rangreihen der genannten Konsummuster sind gleich (vgl. Lange, 1997: S. 62). Was noch bemerkenswert bei dem Vergleich des Konsumverhaltens der Jugendlichen in Ost und West ist, ist der Einfluß der Bildung. Mit der höheren Ausbildung sinken im Westen die Ausgaben für Schmuck, Spenden, Zigaretten, Kleidung und Musikträger. Diese Tendenz betrifft die Jugendlichen im Osten nicht. Im Gegenteil steigen die Ausgaben der Ostjugendlichen für Schmuck, Geschenke, Gesundheit und Alkohol mit dem Bildungsniveau. Außerdem erhöhen sich im Osten mit dem steigenden Alter die Ausgaben für Besuche von Diskotheken, Reisen und Fahrzeuge, Alkohol (vor allem bei den Jungen) und Kosmetika (vor allem bei den Mädchen) stärker als im Westen. Lange faßt zusammen, daß die Ostjugendlichen vollständig im Bereich des Konsumverhaltens und der Konsumausgaben angepaßt sind. Dies beweist, daß im Osten die Konsumwelle nicht weniger verbreitet ist als im Westen.

Diese Situation ist kurz nach der Wiedervereinigung noch anders. Nach Fritzsche (1997) zeigen die Ergebnisse der Shell-Studie von 1992, daß es im Jahr 1991 noch vielfältige Unterschiede zwischen Ost und West gibt. Im Osten sind die bevorzugten Freizeitbeschäftigungen der Jugendlichen Lesen, Musikhören, mit dem Fahrzeug herumfahren, Diskothekenbesuche, Beschäftigung mit Natur und familienbezogene Tätigkeiten. Die Jugendlichen im Westen haben im Jahr 1991 aber extrovertiertere und "kostspieligere" Freizeitinteressen und eine Neigung zur "Mußekultur" wie z. B. Ausgehen, Telefonieren, Vergnügungen mit Freunden und Nutzung kommerzieller Fitness- und Beautyangebote (Fritzsche, 1991: S.348). Vermutlich ist der Grund für diese Unterschiede die "Unterprivilegierung" der Ostjugendlichen (ebd.: S. 349). Die Ostjugendlichen verfügen über weniger Freizeit. Auch die finanzielle Lage, Medienausstattung und kommerzielle Freizeitangebote sind nicht in so gutem Zustand wie im Westen. In der Studie von 1997 zeigt es sich, daß die Differenzen des Freizeitverhaltens nur gering sind. Die Jugendlichen im

Westen gehen öfter auf Feste und Parties, haben mehr Zeit, allein auszuspannen, treiben mehr Sport. Einkaufsbummel und Schaufensterbummel, Kinobesuche und Beschäftigungen mit Musikinstrumenten sind auch beliebter bei Westjünglichen. In der Untersuchung von Lange (1997) kommt es zu ähnlichen Ergebnissen. Lange stellt fest, daß die Differenzen zwischen Ost und West nur gering sind. Nach Lange besuchen Westjüngliche öfter Parties, treiben mehr Sport, lesen mehr Bücher und spielen häufiger ein Musikinstrument. Die Ostjünglichen hören mehr Musik, besuchen öfter Jugendgruppen und gehen gern in Gaststätten und Kneipen. Trotz dieser Angleichung des Konsummusters und Freizeitverhaltens ist die Unterprivilegierung nach Fritzsche nicht verschwunden. Fritzsche findet einen Beweis darin, daß die Nennungen "oft" und "sehr oft" für die vorgegebenen 31 Freizeitaktivitäten häufiger bei den Westjünglichen gefunden werden können. 1262 Jünglichen im Westen geben an, "oft" und "sehr oft" bestimmte Freizeitaktivitäten zu machen, während nur 1140 Ostjünglichen dies tun. Im Vergleich haben die Ostjünglichen immer noch knappere Ressourcen an Zeit und Geld, die wichtige Bedingungen in der Freizeitgestaltung bleiben.

Zusammenfassend kann man sagen, daß im Osten verwestlichte Freizeit- und Konsummuster von den Jünglichen im Osten gerne akzeptiert werden. Die Angleichung von Ost und West in den genannten Bereichen ist offensichtlich. Obwohl der Mangel an materieller Ausstattung und Angeboten noch existiert, ist das Streben nach Angleichung vorhanden. Die Entwicklung wird zeigen, ob dies in der Zukunft gelingt.

3.4 Fazit

Anhand der im 3. Kapitel dargestellten Ergebnisse läßt sich aufweisen, daß der Individualisierungsprozeß erheblichen Einfluß auf die Lebensweise, bzw. auf das Freizeitverhalten hat. Dies zeigt sich deutlich in der Jugendphase. Seit dem Kindesalter lernen die meisten Jünglichen, sich der Individualisierungsgesellschaft anzupassen und zu leben. Das Leben in der modernen Gesellschaft verlangt nicht nur fachliche Qualifikation. Man muß auch flexibel sein und wagen, immer neue Möglichkeiten und Chancen auszuprobieren. Aktiv, schnell, pfiffig sein ist ein Mantra für heutige Menschen. Ihr Leben ist deshalb ein gut gemanagetes Leben, das abhängig von den unkontrollierbaren Bestimmungen der Institutionen ist. Und das ist

etwas, das die Jugendlichen alltäglich erfahren müssen. In ihrer Lebensweise zeigt sich mehr Selbständigkeit, Anpassungsbereitschaft und Flexibilität als früher. Der Pluralismus in der Gesellschaft vermittelt ihnen, daß es im Leben nicht mehr wie früher nur einen bestimmten Weg gibt, sondern daß sie den Gang ihrer Biographie selbst durch eine eigene Mischung moderner und traditioneller Elemente bestimmen können ("Bastelbiographie"). Die von Beck diagnostizierte gesellschaftliche Individualisierung zeigt sich also vor allem als Individualisierung von Lebensentwürfen und Lebensläufen. Dieser Prozeß wäre ohne Medien nicht vorstellbar. Medien spielen die Hauptrolle in diesem Prozeß, da sie einen großen Einfluß auf Jugendliche haben. Sie werden nicht als Technologien, sondern Bestandteile des Alltagslebens der Jugendlichen wahrgenommen. Die Medien sind überall, wo die Jugendlichen sich aufhalten, präsent: in der Schule, im Haus, in der Kneipe, unterwegs usw. Ohne Zweifel sind die Medien schon im Jugendalter vollständig in die Lebenswelt integriert und Kernelemente der Freizeitgestaltung geworden. In diesem Kapitel wurden die ausgewählten Freizeit Aspekte in zwei Gruppen geteilt, allgemeine und medienorientierte Freizeitgestaltung. Letztere wurden daher als die Freizeitgestaltungen behandelt, die unmittelbare Beschäftigung mit Medienapparaten und Programmen beinhalten. Die große Rolle der Medien zeigt sich noch deutlicher, wenn man bedenkt, daß auch die allgemeinen Freizeitgestaltungen von den Medien beeinflußt werden.

Im Bereich Sport verlieren die traditionellen Sportarten offensichtlich ihre Bedeutung an die moderne Körperkultur. Der alte, im Verein betriebene Sport erlebt Konkurrenzdruck durch die Verbreitung von Fitness-Studios und durch die modernen Sportarten, die von den Jugendlichen bevorzugt werden. Für diese Beliebtheit spielen die Medien eine wichtige Rolle. Sie kreieren, vermitteln und verbreiten das gewünschte Traumimage, nach dem die Jugendlichen streben. Das Bild in den Medien heißt jung sein, fit und schlank sein. Es entsteht der Druck auf die Jugendlichen, immer schön und schlank bleiben zu müssen. Der Ausweg sind Fitness-Studio und Sauna. Beim Sport wird der aus den USA stammende Straßensport und der Extremsport schnell von den deutschen Jugendlichen akzeptiert. Die große Akzeptanz kann dadurch begründet werden, daß der kommerzielle Markt die Medien nutzt, um diese Sportarten zu symbolisieren, wodurch das präsentierte Bild die Bedürfnisse der Selbstdarstellung und der Gruppenzugehörigkeit befriedigen kann.

Für die gruppenbezogenen Aktivitäten gibt es vielfältige Möglichkeiten, sowohl nicht-mediale wie z.B. Kneipen- und Diskothekenbesuche als auch mediale. Viele Jugendszenen entstehen durch Medien wie z.B. Musik- und Fankultur. Die Peer-Group hat außerdem großen Einfluß auf das Konsumverhalten. Im Jugendalter entsteht die Neigung, sich darzustellen und sich von anderen Gruppen abzuheben. Bestimmtes Konsumverhalten und bestimmte Konsumgüter markieren die Zugehörigkeit zu der Gruppe, die sich sowohl von den anderen Altersgruppen wie auch von anderen Gruppen innerhalb der Altersgruppe der Jugendlichen unterscheidet. Im Konsumverhalten wirken die Medien ebenfalls erheblich. Die Jugendlichen übernehmen das durch Medien vermittelte Bild des Konsumverhaltens und der Konsumgüter, die sie besitzen müssen. Durch die Medien sind sie informiert, welche Angebote neu auf den Markt kommen und welche nicht mehr im Trend sind. Das wirkt sich nicht nur auf das Konsumverhalten der Jugendlichen, sondern auch auf das der Erwachsenen aus. In der Familie spielen die Kaufbedürfnisse der Kinder in der Kaufentscheidung der Eltern eine Rolle, wenn auch begrenzt auf bestimmte Konsumgüter und Dienstleistungen (siehe auch 3.2.1 c: Konsum im Freizeitbereich).

Im Bereich der medienbezogenen Freizeitgestaltungen sieht man offensichtlich die Entwicklungen des Medienkonsums. Insbesondere bei den neuen Medien steigt der Konsum unter Jugendlichen stetig. Deutlich erhöhen sich der Besitz und die Nutzung von Computern und von Handys. Bei Radio und Fernsehen, die schon als traditionelle Medien gelten können, gibt es einen konstanten Konsum, d. h. trotz Erfindung und Verbreitung neuer Medien bleiben sie auf den oberen Plätzen der beliebten Medien bei Jugendlichen. Beim Kino und den Printmedien ist ein Rückgang des Konsums bemerkbar. Durch die Entstehung der Multiplexe und die Renovierung der alten Kinos ist jetzt ein Überangebot vorhanden. Außerdem erlebt die Funktion der Kinos als Gruppenaktivität Konkurrenz durch neue Angebote wie z. B. Computerspiele. Andere Gründe des Rückgangs sind z. B. der hohe Preis der Eintrittskarte. Deshalb läßt sich prognostizieren, daß der Anteil der jüngeren Zuschauer in der Zukunft geringer werden wird. Auch bei den Printmedien sank der Konsum in den letzten Jahren ab. Gelesen wird meist aus Leistungsorientierung, und nicht als Freizeitbeschäftigung. Die Jugendlichen lesen Sach- und Fachbücher für die Weiterbildung. Auch wenn das Gesamtbild pessimistisch stimmt, bleibt das Leseverhalten in der Gruppe der Vielleser konstant. Die Zukunft der Printmedien kann man nicht klar bestimmen, aber man kann sagen, daß die neue Medien wie z. B. Computer kann die Printmedien nicht ersetzen.

Durch die Nutzung der Medien beschleunigt sich der Individualisierungsprozeß. Was die Medien den Jugendlichen vermitteln, sind nicht nur Information und Unterhaltung (von der anderen Seite der Welt), sondern auch neue Tradition bzw. die individualistischen Lebensformen. Das Leitbild, welches von den Medien vermittelt wird, ist allgemeiner Konsens. Je mehr die Mediennutzung steigt, desto höher sind die Einflüsse des Individualisierungsprozesses auf das Leben der Menschen bzw. der Jugendlichen. Es folgt die Angleichung der Werte und des Freizeitverhaltens der Jugendlichen. D. h. die alten traditionellen Lebensformen und traditionellen Elementen werden dadurch aufgelöst. Beim Freizeitverhalten von Jugendlichen sieht man die rückgängige Bedeutung der alten Medien und die Einflüsse der Medien und des Individualisierungsprozesses auf Freizeitverhalten.

Aber aus den deutschen Untersuchungen werden die Differenzierungen bei der Mediennutzung bestätigt. In der Arbeit werden die drei folgenden Differenzierungen dargestellt: Beim ersten Faktor, Geschlecht, sieht man die unterschiedliche Quantität der Nutzung. Manche Medien werden mehr von Männern (wie z. B. Computer) oder von Frauen (wie z. B. Printmedien) benutzt. Trotz dieser Unterschiede werden die Hauptmedien-Fernsehen und Radio gleichgenutzt. Wichtig ist auch der Wohnort. In der Erläuterung vom Land-Stadt-Vergleich und von den alten und neuen Bundesländern entstehen die Unterschiede des Medienkonsums und des Freizeitverhaltens schon aufgrund der unterschiedlichen Wohnorte. Auf dem Land, wo die soziale Bindung noch eng ist, erhalten die Jugendlichen weniger Freizeitangebote und Medienorte. Die Freizeitaktivitäten finden deshalb im Umkreis der Gemeinde statt. Am Verhalten und dem Entwicklungsstand der Jugendlichen vom Land lassen sich noch viele alten Traditionen erkennen, während im selben Alter die Stadtjugend eine wesentlich individualistischer Lebensorientierung zeigt, die sich in Flexibilität und Selbständigkeit äußert, welche stark auf die Gestaltung des Freizeitbereiches wirken. Sie haben vielfältige Freizeitmöglichkeiten und Medienangeboten, die ihre Freizeit besetzen. Dies führt dazu, daß die Jugendlichen in der großen Stadt tendenziell mehr Chancen haben, ihre Zeit bzw. ihr Leben zu organisieren, wodurch sie sich an die individualistischen Lebensformen gewöhnen. In den neuen Bundesländern sieht man nach der Wiedervereinigung eine große Angleichung im Medien- und Freizeitbereich, trotzdem existiert noch die Ungleichheit wie z. B. die Ausstattung von Geräten. Obwohl es diese drei genannten Differenzierungen gibt, entsteht die Tendenz der Angleichung, so daß "die Schere der Unterschiede" sich immer mehr schließt. D. h.

durch die immer höheren Mediennutzungstendenzen werden die Unterschiede geringer. Diese Tendenzen werden noch in der Zusammenfassung erläutert.

Im nächsten Punkt werden die Daten aus meiner eigenen Erhebung skizziert. Berücksichtigt sind die Aspekte der medienbezogenen Freizeitaktivitäten und des Konsumverhaltens. Um die im 3. Teil dargestellten Ergebnisse zu überprüfen, werden hier die Daten unter den gleichen Aspekten (wie z.B. den Zusammenhängen von Freizeit und medienorientierter Freizeitgestaltungen mit Geschlecht oder mit Wohnorte) ausgewertet.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Eigene empirische Untersuchung zum Freizeitverhalten von deutschen Jugendlichen

4.1 Methode der Forschung und Datenerfassung

Nach der Darstellung der Daten aus der ausgewählten Literatur läßt sich klar feststellen, wie sich die Jugendphase unter dem Einfluß der Modernisierung wandelt und wie das Freizeitverhalten der Jugendlichen davon beeinflusst wird. Im folgenden werden die empirischen Daten einer eigenen Erhebung dargestellt, um einen Vergleich zu machen, ob und inwieweit sie die bisher erläuterten Daten bestätigen oder ihnen widersprechen. Vor der Darstellung der Ergebnisse möchte ich zunächst die Arbeitsschritte der Datenerfassung beschreiben.

Ursprünglich hatte diese Arbeit das Ziel, das Freizeitverhalten von Jugendlichen in Thailand und in Deutschland zu vergleichen. Die Hypothese war, daß die Modernisierung bzw. die Globalisierung die verschiedenen Kulturen verändert und sie einander näher bringt. Der Bereich, in dem sich dieses Phänomen am ehesten widerspiegeln würde, wäre das Freizeitverhalten. Man kann davon ausgehen, daß die Freizeitkulturen der thailändischen und deutschen Jugendlichen aufgrund der unterschiedlichen Lebenskontexte sehr unterschiedlich sind. Aber durch die Globalisierung, so die These, nähern sich die beiden Freizeitkulturen einander an und entwickeln schließlich gemeinsame Merkmale.

Um dies zu untersuchen, entwickelte ich einen Musterfragebogen, für den ein Fragebogen über Freizeitverhalten von Prof. Dr. Wolfgang Sander (im Fachbereich Erziehungswissenschaft der Universität Münster) als Vorlage diente. Die Untersuchung sollte repräsentativ sein. Deshalb wurden die Fragebögen in verschiedenen Städten in beiden Ländern verteilt. In Thailand waren diese Städte Bangkok, Chiang Mai und Phuket und in Deutschland Hamburg, Berlin, Köln und im Umkreis von Münster. Die befragte Gruppe sowohl in Thailand als auch in Deutschland, betraf 14- bis 17-jährige Jugendliche aus verschiedenen Schularten. Die Fragebögen wurden zuerst in Thailand verteilt. Insgesamt wurden 600 Fragebögen zurückgegeben, deren Daten mit dem Programm GrafStat WIN (alte Version) im

Computer verarbeitet wurden. Während eines Forschungsaufenthalts an der Universität Münster entwickelte ich zusammen mit Prof Dr. Sander den deutschen Musterfragebogen. Manche Fragen und Antworten wurden geändert, um den Fragebogen dem deutschen Kontext anzupassen. Die Fragebögen wurden zwischen Dezember 2000 und Februar 2001 in den genannten Städten an drei Schultypen: Gymnasium, Hauptschule und Gesamtschule verteilt. Die Daten der 783 zurückgegebenen Fragebögen wurden vom Dezember 2000 bis Februar 2001 mit dem Programm GrafStat 2000 (neue Version) gesammelt. Für den Rahmen dieser Magisterarbeit wurde im Februar 2001 das ursprüngliche Forschungsvorhaben abgeändert und die Perspektive auf das Freizeitverhalten der deutschen Jugendlichen fokussiert. Die Wirkungen des Modernisierungsprozesses bleiben dabei im Mittelpunkt. Schwerpunkt der Untersuchung war aber nun, wie das Freizeitverhalten von deutschen Jugendlichen durch den Modernisierungsprozeß verändert oder beeinflusst wird. Das hatte zur Folge, daß sich die Struktur der Arbeit geändert hat und der empirische Teil jetzt eher den Charakter eines Nachtrags hat. Die Daten der thailändischen Seite werden nicht dargestellt und die Freizeitaspekte der deutschen Seite nur in einer Auswahl präsentiert, die von der Auswertung der Arbeiten zum Freizeitverhalten im Kapitel 3 bestimmt ist. Im nächsten Abschnitt folgen Darstellung und Analyse der Daten, die mit den Ergebnissen im theoretischen Teil verglichen werden. Das Muster des Fragebogens ist im Anhang dokumentiert.

4.2 Darstellung der Ergebnisse

Zur Frage "Wieviele Stunden Freizeit stehen Dir an einem normalen Wochentag im Durchschnitt zur Verfügung; ich meine die Zeit, in der Du machen kannst, was Du willst?" geben die meisten Jugendlichen (67,9%) an, 5-9 Stunden Freizeit pro Tag zu haben. 27,3% haben am Tag bis 4 Stunden Freizeit. Es gibt nur wenige Jugendlichen, die mehr als 9 Stunden Freizeit haben. (3,6%: 10-14 Stunden und 1,2 %: 15-20 Stunden).

Diese verfügbare Freizeit verbringen die meisten Jugendlichen am liebsten mit Freunden. Im theoretischen Teil werden die Einflüsse der Peer-Gruppe in vielen Bereichen wie z.B. im Konsumbereich erwähnt. Auch in meiner Untersuchung zeigt sich, daß die Peer-Gruppe eine große Rolle in der Freizeit spielt. Die Tabelle unten

zeigt, daß drei Viertel der befragten Jugendlichen Freunden als bevorzugte Freizeitpartner wählen.

Mit wem verbringst Du Deine Freizeit am meisten?	Prozentangabe
allein	10,9%
mit Freunden	78,0%
Mit Familienmitgliedern	11,1%

Das Gespräch mit Freunden steht auch auf einer dreistufigen Skala (so gut wie nie, hin und wieder, häufig) mit "häufig" angegebenen Freizeitaktivitäten.

Liste der Aktivitäten	"häufig" Nennungen
1. Musik hören und fernsehen	68,7%
2. mit Freunden oder Freundinnen klönen oder diskutieren	55,6%
3. Sport treiben	50,1%
4. mit dem Computer etwas tun	38,2%
5. Bummeln gehen (z.B. im Kaufhaus) und Cáfes besuchen	29,3%
6. Bücher lesen	21,1%
7. ins Kino gehen	7,3%

Die medienorientierten Freizeitaktivitäten, “Musik hören und fernsehen”, stehen mit 68,7% auf dem ersten Platz. Danach wird die gruppenbezogene Aktivität, “mit Freunden oder Freundinnen klönen und diskutieren” als häufige Freizeitbeschäftigung favorisiert. Auf dem 3. Platz folgt der Sport, den 50,1% der Jugendlichen häufig in der Freizeit betreiben. Daß diese drei Aktivitäten an der Spitze liegen, ist erwartungsgemäß, - auch die Untersuchungen im 3. Kapitel zeigen, daß “Musik hören und fernsehen” auf dem obersten Platz der medienorientierten Freizeitaktivitäten steht und daß die gruppenbezogenen Aktivitäten und der Sport große Bedeutung unter Jugendlichen haben. Die Bedeutung der Medienapparate Fernseher und Musikanlage werden von der Nutzungsintensität pro Woche bestätigt. Nur 2,3% hören so gut wie nie Musik und sehen kaum fern. Entsprechend verhält es sich mit dem Besitz von Radios und Musikanlagen. 97,6% besitzen ein Radio und/oder eine Anlage.

Bemerkenswert ist die Rolle des Alters beim Musik- und Fernsehkonsum. Die Ergebnisse zeigen deutlich, daß der Fernseh- und Musikkonsum sich mit zunehmendem Alter steigert. 65,7% der 14-jährigen, und 68,0% der 15-jährigen und 72,9% der 16-jährigen geben an, häufig am Tag fernzusehen und Musik zu hören. Im Alter von 17 Jahren sinkt die Prozentangabe ein wenig (70,2%). Die Jugendlichen aus kleineren Städten nutzen Fernseher und Musikanlage in der Freizeit nicht weniger häufig als die Jugendlichen in der großen Stadt. An der ersten Stelle nannten dies die Jugendlichen aus der Umgebung von Münster. 74,0% der Gesamtschüler in Münster verbringen ihre Freizeit häufig mit Fernsehen und Musikhören. Danach folgen die Gymnasiasten in Berlin (69,5%) und die Befragten in Köln (69,1%).

Neben medienorientierten Freizeitaktivitäten haben auch der Sport und als gruppenbezogene Aktivität “mit Freunden und Freundinnen klönen und diskutieren” große Bedeutung. Während es bei “mit Freunden oder Freundinnen klönen oder diskutieren” keinen Geschlechtsunterschied gibt, ist der geschlechtliche Unterschied bei “Sport treiben” vorhanden. Wie im Punkt 3.2.1 erwähnt, scheint es, daß der Sportbereich männlich dominiert wird. 58,8% der männlichen, aber nur 42,0% der weiblichen Jugendlichen treiben häufig Sport. 17,4% der weiblichen Jugendlichen treiben so gut wie nie in der Freizeit Sport, während dies nur 12,0% der männlichen betrifft.

Bummeln gehen (z.B. im Kaufhaus) und C�afes besuchen	
Schulen	“häufig” Nennungen
Gymnasium Berlin	35,2%
Hauptschule Berlin	28,3%
Gymnasium Hamburg-Harburg	36,1%
Gesamtschule Köln	30,9%
Gymnasium Münster	23,8%
Gesamtschule Münster	26,7%

Obwohl die Freizeitaktivität “Bummeln gehen und C fes besuchen” auf den oberen Plätze steht, gibt es eine nennenswerte Bemerkung, die durch den Einfluß des Wohnortes erklärt werden kann. Im 3. Kapitel wird schon der Mangel der Freizeitangebote und der Medienorte erläutert. In diesem Ergebnis bestätigt sich, daß die Jugendlichen in der großen Stadt häufiger ins Kaufhaus gehen. Ich nehme an, daß dies durch den genannten Mangel an Freizeitangeboten begründet werden kann.

Die Beschäftigung mit dem Computer ist dagegen nicht so hoch favorisiert wie ich erwartet hatte. 38,2% beschäftigen sich häufig in der Freizeit mit dem Computer (39,1%: hin und wieder und 22,7%: so gut wie nie). Dies kann auch nicht durch die Ger tausstattung erklärt werden, denn nur 15,1% der Befragten besitzen keinen eigenen Computer. Im Computerbereich läßt sich ein großer Geschlechtsunterschied feststellen. 57,9% der Jungen verbringen ihre Freizeit häufig mit dem Computer, während dies nur 19,2% der Mädchen betrifft. Beim Land-Stadt-Vergleich ist es wieder erstaunlich, daß die Beschäftigung mit dem Computer von den Jugendlichen in der kleinen Stadt am häufigsten genannt wird. 48,8% der Gesamtschüler in Münster sind in der Freizeit aktiv mit dem Computer. Nicht viel

weniger sind es bei den Jugendlichen in Hamburg (47,5%). Am wenigsten nutzen die Jugendlichen in Köln (26,5%) dieses Medium. In der folgenden Tabelle wird der Altersunterschied dargestellt.

Beschäftigung mit dem Computer			
Jahre	so gut wie nie	hin und wieder	häufig
14	14,2%	46,4%	39,5%
15	25,2%	36,3%	38,5%
16	29,0%	31,7%	39,3%
17	32,8%	38,8%	28,4%

An der Tabelle sieht man, daß die Beschäftigung mit dem Computer von den jüngeren Jugendlichen bevorzugt wird. Die Unterschiede bemerkt man deutlich im Vergleich von den 14- und 17jährigen. 14,2% der 14-jährigen Jugendlichen interessieren sich nicht für die Aktivitäten mit dem Computer, während die Angabe bei den 17-jährigen Jugendlichen doppelt so hoch ist.

Die anderen Medien, nach deren Nutzung gefragt wurde, nämlich Bücher und Kino, sind nicht so populär (siehe auch Punkt 3.2.2). Nur 21,1% der befragten Jugendlichen lesen häufig Bücher. Bemerkenswert ist der Geschlechtsunterschied. Die weiblichen Jugendlichen lesen deutlich häufiger als die männlichen. Nur 15,5% der Jungen lesen häufig Bücher in der Freizeit, während der Prozentanteil bei den Mädchen fast doppelt so hoch ist (26,7%). Das Ergebnis zeigt, daß der Bücherkonsum am höchsten bei der Gruppe der 14-jährigen ist. Das Bücherlesen als beliebte Freizeitaktivitäten (häufig tun) wird von 19,2% der Jugendlichen in diesem Alter genannt. Die Prozentangabe sinkt bei den 15-jährigen und den 16-jährigen plötzlich. Also nur 16,2% der 15-jährigen Jugendlichen und 15,4% der 16-jährigen lesen häufig Bücher in der Freizeit. Danach steigt die Prozentangabe wieder etwas bei der Gruppe

der 17-jährigen auf 20,9%. Bei den Kinobesuchern gibt es keinen deutlichen Unterschied zwischen den Geschlechtern. Insgesamt besuchen nur 7,3% regelmäßig das Kino. Im theoretischen Teil (Punkt 3.2.2) wurden Hindernisse beim Kinokonsum wie der Mangel an Kinos am Wohnort oder die schwierige Erreichbarkeit des Kinos erwähnt. Das erklärt vielleicht, warum die Jugendlichen aus der kleineren Stadt nicht so oft das Kino besuchen wie die Jugendlichen in der größeren Stadt. 26,3% der Jugendlichen der Gesamtschule in Münster und 30,0% im Gymnasium in Münster erklären, so gut wie nie ins Kino zu gehen. Nur 16,8% der Jugendlichen in Hamburg und 15,7% der befragten Gesamtschüler in Berlin besuchen kaum das Kino in der Freizeit. Am häufigsten besuchen die Befragten in Hamburg (12,6%) das Kino.

Die Konsumintensität der Tageszeitungen ist nicht sehr stark. Ein auffälliges Ergebnis ist, daß in Münster 30,4% der befragten Gesamtschüler, aber nur 20,1% der befragten Gymnasiasten regelmäßig Tageszeitungen nutzen. Die weiteren Ergebnisse legen nahe, daß es regional und nach Schulformen (eventuell auch nach Schulen) eine breite Varianz gibt, zu der sich aus der Untersuchung keine Erklärungsansätze ableiten lassen: Von den Tageszeitungen lassen sich 28,9% der Gymnasiasten in Hamburg, 22,2% der Gymnasiasten in Berlin, 19,1% der Gesamtschüler in Köln und 11,6% der Hauptschüler in Berlin regelmäßig informieren.

Im Konsumbereich geben die alle Jugendliche im Monat am meisten für Kleidung aus (42,6%). Auf dem 2. Platz stehen Ausgaben für Discos und Kneipen (29,3%). Danach folgen die Ausgaben für CDs und Tonbänder (28,3%). Am wenigsten Geld geben die Jugendlichen für Bücher (4,9%) und Kino (8,9%) aus.

Ausgabe	fast nichts	Nicht so viel	eher viel
für Bücher	76,3%	18,9%	4,9%
für Kinobesuche	34,1%	56,9%	8,9%
für Kleidung	25,4%	32%	42,6%
für CDs und Tonbänder	25,5%	46,3%	28%
Für Discos und Kneipen	43,1%	27,5%	29,3%

Das Konsumverhalten wird außerdem vom Alter beeinflusst. Je älter die Jugendlichen sind, desto höher sind die Ausgaben für Discos und Kneipen, Kleidung und Bücher. Bei der Kleidung steigert sich die Ausgabe mit zunehmendem Alter kontinuierlich. 34,0% der Jugendlichen im Alter von 14 Jahren und 46,8% der Jugendlichen im Alter von 15 Jahren geben im Monat "eher viel" für Kleidung aus. Der Prozentanteil sinkt ganz leicht bei den 16-jährigen Jugendlichen (45%), dann erhöht sich die Ausgabe auf 59,0% bei den 17-jährigen Jugendlichen. Bei den Büchern kaufen 5,2% der 14-jährigen eher häufig monatlich Bücher. Die Prozentangabe sinkt bei den 15-jährigen Jugendlichen auf 3,0%. Danach steigt sie wieder kontinuierlich an (16 Jahre: 5,3% und 17 Jahre: 9,0%). Der Altersunterschied ist bei Discos- und Kneipebesuchen erheblich für die Nennungen. 9,7% der 14-jährigen Jugendlichen geben viel Geld für Discos und Kneipen aus. Dieser Anteil steigert sich auf 32,5% bei den 15-jährigen und auf 52,2% bei den 17-jährigen, was sich daraus erklären dürfte, daß den 14-jährigen in ihren Möglichkeiten, Geld in Discos und Kneipen auszugeben, sowohl von Eltern wie vom Gesetzgeber viel engere Grenzen gesetzt sind.

Wie diese Ergebnisse auf den Individualisierungsprozeß bezogen werden können, wird im nächsten Punkt erläutert.

4.3 Überprüfung der Hypothese zum Freizeitverhalten von deutschen Jugendlichen

Zunächst ist es notwendig, noch einmal zu erwähnen, daß dieser Fragebogen für die ursprüngliche Fragestellung entwickelt wurde, d. h. der Fragebogen wurde entwickelt, um einen Vergleich zwischen thailändischen und deutschen Jugendlichen zu machen. Die Ergebnisse des Vergleiches sollten die weltweiten Wirkungen des Modernisierungsprozesses bzw. des Individualisierungsprozesses aufzeigen. Deshalb war ein Ziel der Fragestellungen, zu untersuchen, ob das Freizeitverhalten der Jugendlichen in Thailand und in Deutschland, vor allem im Aspekt des Medienkonsums, gleich, oder ähnlich ist. Nach der Veränderung der Fragestellung fehlt der Vergleich und es fehlen auch auf dem Fragebogen wichtige Fragen, die die Einflüsse des Modernisierungsprozesses bestätigen könnten und die notwendig wären, wenn die Einflüsse nicht mehr durch den Vergleich gezeigt werden können,

wie z. B. die Fragen über Medienverhalten (Online-Nutzung usw.). Die Ergebnisse der Untersuchung machen den Umgang mit Medien und das allgemeine Freizeitverhalten deutlich. Man kann aus ihnen aber nicht ersehen, wie groß die Wirkungen des Prozesses sind.

Obwohl manche wichtigen Daten fehlen, kann man die Ergebnisse mit den dargestellten Daten im theoretischen Teil vergleichen, um mögliche Tendenzen herauszufinden. Insgesamt gibt es viele Gemeinsamkeiten zwischen den Ergebnissen meiner Untersuchung und den diskutierten Ergebnissen und theoretischen Überlegungen. Die empirischen Ergebnisse meiner Datenerhebung unterstützen die Kernidee der entscheidenden Rolle der Medien für die Freizeitgestaltung von Jugendlichen.

Die hauptsächlichen Domänen des Medienkonsums liegen in den Bereichen des Fernseh- und Musikkonsums. Man kann sagen, daß beide Bereiche schon einen festen Platz in der Freizeitgestaltung der Jugendlichen gefunden haben. Für diesen Erfolg ist vor allem die gute Geräteausstattung verantwortlich. Wie schon im theoretischen Teil erläutert (siehe auch Punkt 3.2.2) sind der Fernseher, das Radio und die Musikanlage heutzutage normale Haushaltgeräte. Auch meine Befragung bestätigt, daß fast alle Jugendlichen ein Radio oder eine Anlage in Besitz haben. Bei den neuen Medien wie Computer ist die Nutzung nicht gering, aber auch nicht so hoch wie erwartet. Dies kann auch nicht durch den Gerätebesitz erklärt werden. Bei den alten Medien, Printmedien und Kino, unterscheiden sich die Ergebnisse nicht von den in der Forschung diskutierten, d. h. der Konsum in beiden Bereichen ist weniger wichtig.

Auch im Bereich der nicht-medialen Freizeitaktivitäten, den gruppenbezogenen Aktivitäten, dem Sport und dem Konsumverhalten, bestätigen die Ergebnisse der Befragung die in der Forschung diskutierten Daten. Die Jugendlichen geben der Peer-Gruppe, den Aktivitäten mit ihr und dem Sport große Bedeutung, so daß diese Freizeitaktivitäten auf den oberen Plätzen der Liste von bevorzugten Freizeitaktivitäten stehen. Im Konsumverhalten sind die bevorzugten Konsumgüter, Kleidung, Discos und Kneipen, CDs und Tonbänder, in Diekhofs Liste der Konsumgüter, die die Kaufbedürfnisse der Jugendlichen befriedigen, bereits aufgelistet (Diekhof, 1999: S.68-77, siehe auch Punkt 3.2.1). In meiner Befragung fehlen leider die Fragen nach den Einflüssen der Medien. So läßt sich nicht sagen, inwiefern diese Aktivitäten im Zusammenhang mit den Medien stehen.

Im dritten Kapitel wurde auf die Bedeutung der Wohnorte für die Mediennutzung und den Medienumgang der Jugendlichen hingewiesen. In der großen Stadt haben die Jugendlichen bessere Möglichkeiten (Geräteausstattung und Medienorte) als auf dem Land oder in einer kleinen Stadt. Meine Befragung kommt aber zu dem Ergebnis, daß die Jugendlichen auf dem Land nicht weniger Medien (Fernseher, Radio und Musikanlage, Computer und Tageszeitungen) als die städtischen Jugendlichen nutzen. Der Mangel an Medienorten (Kino) hemmt aber den Konsum in diesem Bereich.

In meiner Befragung ist es offensichtlich, daß die Medien, vor allem Fernseher, Radio und Anlage, eine große Rolle im Freizeitverhalten von Jugendlichen spielen. Angesichts der dargestellten Tendenzen läßt sich sagen, daß die empirischen Daten durchgehend die Verbreitung und Veralltäglicung der (neuen) Medien beweisen. Mit den Medien verbreitet sich, wie im Kapitel 3 gezeigt, auch der Individualisierungsprozeß. Betrachtet man die Datenauswertung, so ist es möglich zu sagen, das dies auch die Verbreitung des Individualisierungsprozesses beweist und daß der Individualisierungsprozeß in der Freizeit der Jugendlichen abläuft und sich verstärkt. Die Tendenz der immer höheren Mediennutzung garantieren außerdem die weitere Entwicklung und Verbreitung des Individualisierungsprozesses, daß die individualistischen Lebensformen und –orientierungen sich mehr relativiert von der wachsenden Mediennutzung verbreitet.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Schlußbetrachtung

Im folgenden sollen die bisher in den einzelnen Kapiteln geleisteten Darstellungen und Zusammenfassungen der Ergebnisse nicht noch einmal wiederholt werden. Unternommen wird vielmehr der Versuch, unter Bezug auf das bisher Gesagte eine kritische Gesamteinschätzung des Komplexes Jugend und Freizeit im Zusammenhang mit Modernisierung und Individualisierung zu geben.

Betrachtet man den Wandel der Jugendphase über einen längeren Zeitraum läßt sich feststellen, daß die Erlebniswelten der Jugendlichen sich nicht erst in den letzten Jahren ändern. Die Modernisierung bringt nicht nur technologische Entwicklungen mit sich, sondern auch eine Veränderung der gesellschaftlichen Struktur. Mit der wirtschaftlichen Expansion in den 50er und 60er Jahren beginnt auch eine neue Periode der gesellschaftlichen Formen, in der Lebensbedingungen und Lebensziele eine neue Qualität erhalten, und in der man das Schicksal nicht mehr von der Umgebung und der Herkunft bestimmen läßt. Erfolg, Ansehen, Prestige, Luxus bzw. "besseres Leben" kann man selbst erwerben, und der Weg zum Aufstieg führt über Karriere und Ausbildung. Eigenschaften, die den gesellschaftlichen Aufstieg fördern, werden zu notwendigen Qualifikationen der modernen Menschen, wie z. B. Mobilitätsbereitschaft und Selbständigkeit. Aber diese Freiheit und diese größeren Lebensmöglichkeiten bringen auch negative Aspekte mit sich. In der heutigen Gesellschaft erleben wir alle den Zwang, das eigene Leben in die Hand zu nehmen. Trotz der unkontrollierbaren Bedingungen (wie wirtschaftliche Krise und Arbeitsmarkt usw.) und der für den Einzelnen nicht beeinflussbaren Vorgaben der großen Institutionen entsteht der Druck der Verantwortung, dieses eigenes Leben erfolgreich zu führen. Aus den zahlreichen Lebensmöglichkeiten wählt das Individuum einzelne Lebenselemente. Das eigene Leben wird zur eigenen Erfindung. Und falls diese Erfindung nicht gelingt, wird es als individuelles Versagen angesehen. So ist das moderne Leben ebenso mühsam wie intelligent und aktiv. Der Individualisierungsprozeß wird außerdem durch die Modernisierung bzw. die Globalisierung vermittelt und verstärkt. Durch die heutigen, blitzschnellen, weltweiten Kommunikationsmedien und Massentransportmittel sind weltweiter

Informationsfluß und internationale Kontakte normaler Alltag geworden. Eine Folge davon ist eine Öffnung der Erfahrungshorizonte, die früher unmöglich war. Man nimmt einerseits Nachrichten und Ereignisse von anderen Orten und Ländern wahr, andererseits werden die eigene Kultur und das gesellschaftliche Geschehen im eigenen Land auch internationalisiert. So ist z. B. eine Wirtschaftskrise nicht mehr auf ein Land begrenzt. Der wirtschaftliche Zerfall eines Landes kann die Katastrophe anderer Länder der gleichen Region oder auf dem gleichen Kontinent bedeuten oder sogar einen weltweiten Domino-Effekt haben. Ähnlich ist es auch bei den Kulturen und Lebensstilen. Die Traditionen eines Ortes können weltweite Einflüsse haben, und d.h. die Lebenswerte und –orientierungen können durch die Massenmedien überall hin vermittelt werden. Individualistische Lebensformen bzw. moderne Lebensformen können sich auf diese Weise rasant verbreiten. So kann man sagen, daß die Massenmedien als Katalysator des Individualisierungsprozesses wirken. Traditionelle Lebensformen verschwinden aber nicht einfach, sondern sie werden einem Selektionsprozeß unterworfen. Das Individuum prüft und wählt, was es behalten und was es aufgeben will. Es erfindet eine eigene Mischung und probiert sie aus. Deswegen experimentiert jeder mit seinem Leben.

Die Wirkungen des sozialen Wandels lassen sich deutlich an der jungen Generation sehen. Aufgewachsen in der modernistischen, individualistischen Gesellschaft erleben die heutigen Jugendlichen seit dem Kindesalter pluralistische Lebensformen. Im Jugendalter werden die Erlebnishorizonte geöffnet in der Hinsicht, daß die Jugendlichen nicht nur mehr Freiheit und Autonomie erfahren als im Kindesalter, sondern daß sie von der Umwelt (Eltern, Schule, Gesellschaft) erzogen werden, selbständiger und flexibler zu sein und die Verantwortung für das eigene Leben zu übernehmen. Einerseits haben sie vielfältige Lebensmöglichkeiten, andererseits sind sie sowohl mit Lebensunsicherheit als auch mit Erfolgsdruck konfrontiert.

Auch in der Freizeit spiegeln sich die Wirkungen des Individualisierungsprozesses wider. Die Freizeit erscheint den meisten Jugendlichen nur als freie verfügbare Zeit mit Vergnügungen, die Zeit, in der sie tun können, was sie wollen. Tatsächlich ist die Freizeit aber ein Lebensbereich, in dem der Individualisierungsprozeß, meist ohne daß es den Beteiligten bewußt ist, sich rapide verbreitet und vermittelt wird. Wie dargestellt sind die Medien ein Unterstützer, der den Prozeß vermittelt und fördert. Betrachtet die im Kapitel 3 dargestellten Daten, ist

es möglich zu sagen, daß die Medien die Freizeitgestaltung der Jugendlichen dominieren. Vorherrschend ist dabei immer noch der Fernseh- und Hörfunkkonsum. Obwohl beide Medien heute von manchem Wissenschaftler mit gutem Grund als Nebenbeimедien bezeichnet werden, ist es doch nach wie vor richtig, daß sie die Medien sind, die für die meisten Jugendlichen leicht zugänglich und von bleibender Attraktivität sind. Der intensive und regelmäßige Konsum beider Medien führt dazu, daß das, was die Jugendlichen durch diese zwei Medien wahrnehmen, große Einflüsse auf die Lebenswerte und –orientierungen ausübt, wie sich z.B. an der großen Zahl der verschiedenen Jugendstile und –szenen, die aus Musikgenres stammen, oder von beliebten TV-Schauspielern beeinflussten Mode- und Kleidungstrends zeigt. Kaum weniger wichtig ist die Gruppe der sogenannten neuen Medien. Obwohl der Konsum von neuen Medien (hiermit meine ich Computer und Handy) momentan noch nicht im Vordergrund steht, ist es nach der Berücksichtigung der statistisch ermittelten stetig steigenden Nutzungszahlen deutlich vorhersehbar, daß sie bald im Alltagsleben der Jugendlichen ebenso integriert sein werden wie Fernseher und Radio. Beim Handy ist dies wohl schon der Fall und auch der Computer wird in immer mehr verschiedenen Bereichen benötigt. Im Arbeitsbereich z. B. ist der Computer in vielen Geschäften schon ein normales Bürogerät. Wer keine Computerkenntnisse hat, hat es teilweise schon schwer auf dem Arbeitsmarkt. Beim Handy ist die Entwicklung offensichtlich. Obwohl es sich erst in den letzten Jahren in der Gruppe der Jugendlichen verbreitete, wurde das Handy schnell als “in”-Symbol akzeptiert. Eine rückläufige Tendenz der Mediennutzung scheint sich nur bei den traditionellen Medien wie den Printmedien und dem Kino zu finden. Es gibt im Vergleich über die Jahre weniger jugendliche Leser und Kinogänger. Trotz des Rückgangs des Konsums ist es aber nicht so, daß diese Medien keine Rolle haben. Ihre Rolle ist nur untergeordnet und auf eine kleine Gruppe begrenzt.

Die Medien beherrschen nicht nur die Freizeitgestaltung. Sie wirken sich außerdem auch auf die nicht-medialen Freizeitbetätigungen aus. Betrachtet man die ausgewählten Freizeitaspekte, die klassische Freizeitaktivitäten genannt werden können, läßt sich feststellen, daß diese traditionellen Freizeitaktivitäten sich durch die Einflüsse des Modernisierungsprozesses gewandelt haben. Das gilt auch für den wohl wichtigsten Bezugspunkt im Jugendalter, die Peer-Gruppe, die ihre große Rolle jetzt neben und mit den Medien spielt. Bei den gruppenbezogenen Aktivitäten gibt es viele Bindungsformen. In der vorliegenden Arbeit wurden sowohl formelle als auch

informelle Gruppen dargestellt. Diese Bindungen haben an erster Stelle die Funktion, den Jugendlichen Geselligkeit und das Gefühl der Zugehörigkeit zu bieten. Besonders interessant ist die Entwicklung bei den formellen Gruppenaktivitäten (Vereinen, Verbänden). Die Sportvereine und –verbände bleiben über die Jahre auf dem ersten Platz der Popularitätslisten. Bemerkbar ist auch aber der stetige Rückgang der Mitgliedschaft bei den Sportvereinen und –verbänden. Die Ursache liegt bei der Konkurrenz durch die neuen Sportarten. Der sogenannte Straßensport und der Extremsport sind immer beliebter bei der jungen Generation. Es ist offensichtlich, daß ohne Werbung in Medien, in der diese Sportarten das Bild der modernen Jugendlichen prägen, diese neuen Körperaktivitäten keinen großen Erfolg unter den Jugendlichen finden könnten. Die Werbung in verschiedenen Medien begrenzt sich nicht auf den Sportbereich. Sie trägt auch große Verantwortung für die Schönheitskultur, in der nicht nur die Jugendlichen, sondern auch die Erwachsenen das gesellschaftliche Zwangsgefühl erleben, fit, schlank bzw. schön zu bleiben. Der kommerzielle Sport und der relevante Markt (Saunen, Fitness-studios) nutzen deshalb Medien als Wunderwaffe. Diese Strategie findet sich auch auf anderen Sektoren des Konsumartikelmarktes Anwendung, wie z. B. bei Kleidung oder Kosmetikartikeln. Durch das Bild in Medien, daß ihre Güter oder Dienstleistungen Jugendsymbolik transportieren und im Trend sind, können die Produzenten ihre Güter und Dienstleistungen attraktiv für die Jugendlichen machen. Betrachtet man die intensive Mediennutzung der Jugendlichen, erläutert sich, warum das Marketing mit Jugendlichen als Zielgruppe so erfolgreich ist.

Auch wenn die Mediennutzung insgesamt eine dominierende Rolle in der Freizeitgestaltung der Jugendlichen spielt, wird nicht jedes einzelne Medium im gleichen Maß genutzt. Es wurde schon erwähnt, daß nicht jedes Medium bei den Jugendlichen gleich beliebt ist. Die traditionellen Medien scheinen eine untergeordnete Rolle zu haben.

Es gibt differenzierende Faktoren, von denen in dieser Arbeit nur drei Aspekte ausgewählt wurden. Das Geschlecht ist ein nennenswerter Faktor, denn die Ergebnisse verschiedener Untersuchungen bestätigen deutlich die Existenz typisch männlicher oder typisch weiblicher Freizeitaktivitäten. Der Computer- und Sportbereich z. B. sind offensichtlich männlich dominiert, und die Printmedien bzw. Bücher sind ein eher weibliches Medium. Wichtig ist auch der Wohnort. Im Land-Stadt-Vergleich sieht man deutlich den Einfluß des Wohnortes auf das

Freizeitverhalten und auch die Lebensweise. Auf dem Land oder in der kleinen Stadt sind die Jugendlichen aufgrund der engen sozialen Bindung in der Siedlung und den Mangel an abwechslungsreichen Freizeitangeboten mehr heimatgebunden als die Jugendlichen in der Stadt. Ihre Freizeitaktivitäten haben die Jugendclubs, Vereine und Verbände in der Region zum Mittelpunkt. Im Vergleich dazu läßt sich der Einfluß des Modernisierungsprozesses bei den Jugendlichen in der Stadt deutlich sehen. Die Jugendlichen in der großen Stadt haben auch in der Freizeitgestaltung einen flexiblen Zeitplan. Und aufgrund der Vielfältigkeit der Aktivitäten bei geringerer zur Verfügung stehender Zeit lernen die Jugendlichen nicht nur ihre Zeit, sondern auch ihr Leben zu organisieren. Während die Unterschiede zwischen großer und kleiner Stadt noch deutlich erkennbar sind, sind die Unterschiede im Freizeitverhalten von Ost- und Westjugendlichen, die nach der Wiedervereinigung deutlich waren, immer kleiner geworden. Obwohl die materielle Ausstattung zum Teil noch Schwierigkeiten bereitet, erkennt man deutlich das Streben nach Angleichung und den Willen, sich modernisieren zu lassen.

Die Ergebnisse meiner Befragung zeigen tendenziell die Verbreitung des Modernisierungsprozesses. Es bestätigt sich, daß die wichtigste Freizeitaktivität der Jugendlichen im Medienbereich liegt. Fernsehen und Musik hören sind die Medien, die von fast allen Jugendlichen genannt werden. Die Medien, die die geringste Rolle spielen, sind Kino und Bücher. Bemerkenswert ist das Ergebnis, daß der Medienkonsum von Jugendlichen in der kleinen Stadt sich nicht von den Jugendlichen in der großen Stadt unterscheidet. Die Stichproben in der Umgebung von Münster zeigen keinen geringeren Fernseh- und Musikkonsum als die aus anderen Städten. Dagegen zeigen sie häufigere Nutzung von Tageszeitungen. Man kann vermuten, daß die ländlichen Regionen mehr als früher mediatisiert sind und die Modernisierungseinflüsse zugenommen haben.

Zusammenfassend läßt sich sagen, daß das Leben der heutigen deutschen Jugendlichen vom Individualisierungsprozeß gefärbt wird. Die Lebensweise der Jugendlichen ist heute nicht mehr wie früher so einfach und simpel, daß man bestimmte Lebensschritte im Voraus genau wissen könnte. Die Jugendlichen erleben und werden dahingehend erzogen, daß sie selbst innerhalb der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ihr Leben lenken müssen. Die Jugendphase ist deshalb nicht mehr nur Vorbereitung für die Erwachsenenrolle, sondern auch für die Risikogesellschaft. Man kann es heute als weitere Entwicklungsaufgabe für die

Jugendlichen, bezeichnen, daß sie ihre Lebenswege wählen und organisieren müssen. Die heutigen Entscheidungen können Erfolg oder Scheitern in der Zukunft heißen, und nur ein gut geplantes Leben kann zumindest die Sicherheit geben, daß es in der Zukunft keinen "individuellen Verlust" gibt. Der Zwang zu Selbständigkeit und umfassender Planung erscheint auch im Freizeitbereich. Die heutige Freizeit ist nicht einfach vergnügliche, erholsame freie Zeit. Auch wenn die meisten Menschen Freizeit als "die Zeit, in der ich tun kann, was ich will" definieren, steckt hinter dieser selbstbestimmten Freizeit der Drang nach der "sinnvollen Freizeit". Fragen wie "Wie soll ich den heutigen Abend gestalten?" Oder "Wo werde ich das Wochenende verbringen?" werden gestellt. Die heutige Freizeit ist deswegen *organisierte Freizeit*. In der Jugendphase stehen die Jugendlichen einerseits unter dem Druck der Individualisierungsgesellschaft, andererseits vor den Verlockungen der Freizeitindustrie (vermittelt über die Medien, deren Nutzung sonst die individualistischen Lebensorientierungen verbreitet und verstärkt). Die Jugendlichen müssen beider in Vereinbarung bringen. Oft sieht man in der Freizeitgestaltung der Jugendlichen, daß ihre Freizeit zur "Zukunftsvorbereitung" genutzt wird. So wird z.B. im Printmedienbereich von den meisten Jugendlichen die Weiterbildung als Grund des Lesens angegeben.

Die Auswirkungen des Individualisierungsprozesses in der Freizeit zeigen sich nicht nur in der oben gezeigten Mediennutzung und in der Veränderung der traditionellen Freizeitaktivitäten. Betrachtet man das Freizeitverhalten von deutschen Jugendlichen lassen sich die individualistische Lebenswerte sehen. Die Vielzahl der Freizeitangebote bietet den Jugendlichen die Möglichkeit, ihre Freizeit individuell und selbständig zu gestalten. Sportler oder Musiker? Lesen oder zur Rave-Party gehen? Bestimme selbst! Ich würde nicht so weit gehen, zu sagen, daß der Freizeitbereich eine Erprobung für das zukünftige individualistische Leben ist. Aber zumindest erleben die Jugendlichen in der Freizeit die Chance, vielfältige Lebensmöglichkeiten zu erfahren und die Chance, ihr Leben selbst zu organisieren

บทที่ VI

Literaturverzeichnis

- Baccke, D., Sander, U., und Vollbrecht, R. Lebenswelten sind Medienwelten. Band 1. Opladen: Leske und Budrich, 1990.
- Baacke, D., und Vollbrecht, R. Zwischen Selbststabilisierung und Selbstrevision: Heranwachsende im Informationszeitalter. In Mansel, J., und Klocke, A. (Hrsg.), Die Jugend von heute: Selbstanspruch, Stigma und Wirklichkeit, S. 53-68. Weinheim und München: Juventa, 1996.
- Beck, U. Risikogesellschaft: Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1986.
- Beck, U. eigenes Leben: Ausflüge in die unbekannte Gesellschaft, in der wir leben. München: Beck, 1997.
- Berg, K., und Kiefer, M.-L.(Hrsg.) Jugend und Medien: Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission und der Bertelsmann Stiftung. Band 6. Frankfurt/Main: Metzner, 1986.
- Breunig, Ch. Radiomarkt in Deutschland: Entwicklung und Perspektiven[Online]. 2001. Available from: http://www.ard-werbung.de/mediaperspektiven/inhalt/MP01/MP01_09/download/Breunig.pdf[2001, Januar 29]
- Biermann, G. Kinder und Jugendliche: Entwicklung, Entwicklungsstörungen, psychohygien, Konsequenzen. 1.Aufl. Stuttgart: Hippokrates, 1978.
- Böhnisch, L., Rudolph, M., Funk, H., und Marx, B. Jugendliche in ländlichen Regionen: Ein ost-westdeutscher Vergleich. Bonn: Köllen, 1997.
- Charlton, M., Neumann-Braun, K. Kinder, Jugendliche und Massenmedien. Doppelkurseinheit. Hagen: Fernuniversität-Gesamthochschule Hagen (Fachbereich Erziehungs-, Sozial- und Geisteswissenschaften), 1996.
- Degenhardt, S. Wer zweimal mit derselben pennt – Prüderie und sexuelle Revolution [Online]. 2000. Available from: http://www.wissen.swr.de/sf/begleit/bg0036/bg_ws03.htm[2002, Januar, 16]
- Diekhof, A. Jugendliche als Zielgruppe: Bedeutung jugendlicher Kunden für das Marketing. Wiesbaden: Deutscher-Universität, 1999.
- Eimeren, B.r., Gerhard, H., und Frees, B. ARD/ZDF-Online-Studie 2001: Internetnutzung stark zweckgebunden[Online]. 2001. Available from: <http://>

www.das-erste.de/studie/[2001, Dezember 20]

- Fausser, R., und Schreiber, N. Jugendliche, Computer und Bildung: Ergebnisse einer Empirischen Untersuchung bei Jugendlichen in achten Klassen und deren Eltern. Bonn: Bock, 1989.
- Ferchhoff, W. Jugend an der Wende vom 20. zum 21. Jahrhundert: Lebensformen und Lebensstile. 2. Aufl. Opladen: Leske und Budrich, 1999.
- Ferchhoff, W., und Neubauer, G. Patchwork-Jugend: Eine Einführung in postmoderne Sichtweisen. Opladen: Leske und Budrich, 1997.
- Fischer, A. Jugendliche im Osten – Jugendliche im Westen. In Deutsche Shell (Hrsg.), Jugend 2000, S. 283-303. Band 1. Opladen: Leske und Budrich, 2000.
- Fierabend, S., und Klingler, W. JIM 2000: Jugend, Information, (Multi-)Media: Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland [Online]. 2000. Available from: <http://www.mpfs.de/projekte/JIM2000.pdf> [2002, Januar 12]
- Franzmann, B. Lesezapping und Portionslektüre[Online]. 2001. Available from: http://www.ard-werbung.de/mediaperspektiven/inhalt/MP01/MP01_02/download/franzmann.pdf[2002, Januar 11]
- Friedrich, W. Jugend und Jugendforschung. Berlin: VEB Deutscher Verlag der Wissenschaften Berlin, 1976.
- Fritzsche, Y. Jugendliche und Freizeitpräferenzen: Rückzug vom Politischen. In Jugendwerk der Deutschen Shell (Hrsg.), Jugend'97: Zukunftsperspektiven, Gesellschaftliches Engagement, Politische Orientierungen, S.343-377. Opladen: Leske und Budrich, 1997.
- Fritzsche, Y. Modernes Leben: Gewandelt, vernetzt und verkabelt. In Deutsche Shell (Hrsg.), Jugend 2000, S. 181-219. Band 1. Opladen: Leske und Budrich, 2000.
- Gerhards, M., und Klingler, W. Jugend und Medien: Fernsehen bleibt dominierend [Online]. 2001. Available from: http://www.ard-werbung.de/mediaperspektiven/inhalt/MP01/MP01_02/download/gerhards.pdf[2001, Dezember 25]
- Giegler, H. Dimension und Determinanten der Freizeit. Eine Bestandsaufnahme der sozialwissenschaftlichen Freizeitforschung. Band 20. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1983.

- Gleich, U. Nutzungsmotive und Funktionen des Radios[Online]. 2000. Available from: http://www.ard-werbung-de/mediaperspektiven/inhalt/MP00/MP00_9/download/fodi.pdf[2001, Dezember 30]
- Grieswelle, D. Jugend und Freizeit: Bedingungen außerschulischer Jugendarbeit. Band 3. München: Minerva Publikation, 1978.
- Golem. SMS ist bevorzugte Form der Kommunikation unter Teenagern[Online]. 2001. Available from: <http://wwwdyn1.golem.de/egi-bin/usisapi.dll/forprint?id=16126>[2001, Dezember 26]
- Hampsch, H. Freizeit und Schule: Die Selektion von Freizeitaktivitäten und ihr Einfluß auf schulisches Leistungs- und Sozialverhalten. Frankfurt/Main: Lang, 1998.
- Handschuh-Heiß, S. Von Muskelspielen und Titanenkämpfen: Körper, Kostüme und Klamauk. In Hartmann, H., und Haubl, R. (Hrsg.), Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Amusement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz, S.167-198. 2. Aufl. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998.
- Hebecker, E. Generation@. In SpoKK (Hrsg.), Kursbuch Jugendkultur: Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende, S.334-345. Mannheim: Bollmann, 1997.
- Hornstein, W. Strukturwandel der Jugendphase in der Bundesrepublik Deutschland: Kritik eines Konzepts und weiterführende Perspektiven. In Ferchhoff, W., und Olk, Th. (Hrsg.), Jugend im internationalen Vergleich: Sozialhistorische und soziokulturelle Perspektiven. Weinheim und München: Juventa, 1988.
- Hugger, K.-U., Vollbrecht, R., und Wegener, C. Virtuelle Vorlesung: Medienpädagogik Modul: "Jugend und Medien"[Online]. 2000. Available from: <http://www.paedagogik.uni-bielefeld.de/agn/Hugger/ProjekBielefeld/index.htm>[2001, Dezember 20]
- Hurrelmann, K. (Hrsg.) Lebensphase Jugend: Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung. Weinheim und München: Juventa, 1994.
- Hurrelmann, K. Welche Rolle spielen heute die Bibliotheken für Jugendliche?: ein Beitrag zur Fortbildung >>Bibliotheken für Jugendliche<<[Online]. 2000. Available from: http://www.bertelsmann_stiftung.de/documents/ACFPXwdse.pdf[2002, Januar 16]

- Internet-Projektgruppe der Joseph Beuys-Gesamtschule Düsseldorf. Jugend und Geld: Schulden[Online]. 2001. Available from: <http://www.schulen.duesseldorf.de/beuys-gesamt/JugendGeld/schulden.html>[2002, Januar 4]
- Janke, K., und Niehues, S. Echt abgedreht: Die Jugend der 90er Jahre. München: Beck, 1995.
- Jugendwerk der Deutschen Shell (Hrsg.) Jugend: Bildung und Freizeit. n.p.,1966.
- Kellner, D. Die erste Cybergeneration. In SPoKK (Hrsg.), Kursbuch Jugendkultur: Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende, S.310-316. Mannheim: Bollmann, 1997.
- Kißler, M., und Keller-Ebert, C. Kinder und Jugendliche in der Stadt: Zur Lebenssituation von Familien unter besonderer Berücksichtigung der Stadt Köln. 1. Aufl. Köln: Kohlhammer, 1994.
- Kolip, P. Freundschaften im Jugendalter: Der Beitrag sozialer Netzwerke zur Problembewältigung. Weinheim und München: Juventa, 1993.
- Konitzer, M. Dabeisein ist alles – Sport verbindet. Das Parlament 3-4 (12./19. Januar 1996): 8.
- Köhring, Ch., und Köhring, H. Freizeit-arbeitsfreie Zeit. Wochenschau 3 (Mai/Juni 1990): 96-99.
- Kugelman, C. Leitbild Traumfigur: Bodystyling für junge Frauen. Schüler'97 Stars-Idole-Vorbilder: 73-77.
- Lange, E. Jugendkonsum im Wandel: Konsummuster, Freizeitverhalten, Lebensstile und Kaufsucht 1990 und 1996. Opladen: Leske und Budrich, 1997.
- Learn:line NRW. Jugendliche und Schulden[Online]. 2000. Available from: <http://www.learn-line.nrw.de/angebote/jugendgeld/medio/fakten-htm>[2002, Januar 4]
- Liebau, E. Sehnsucht nach Sinn: Pubertät als Zeit der Suche. Schüler'97 Stars-Idole-Vorbilder: 22-25.
- Maier, H.W. Three Theories of Child Development: The Contributions of Erik H. Erikson, Jean Piaget, and Robert R. Sears, and Their Application. Revised edition. New York: Harper & Row, 1969.
- Mansel, J., und Hurrelmann, K. Alltagsstreß bei Jugendlichen: Eine Untersuchung über Lebenschancen, Lebensrisiken und psychosoziale Befindlichkeiten im Statusübergang. Weinheim und München: Juventa, 1991.
- Mediendaten Südwest. BRD, Durchschnittliche Hördauer pro Tag 2001[Online].

2001. Available from: http://www.mediendaten.de/gesamt/hoerfunk/hoer_dauer97/Hoerdauer-brd.html[2001, Dezember 27]
- Mediendaten Südwest. Radionutzung im Tagesverlauf, Hörer gestern, 2001[Online]. 2001. Available from: <http://www.mediendaten.de/gesamt/hoerfunk/nutzung/nutz-Mo-Fr-BRD.html>[2001, Dezember 27]
- Medienpädagogische Forschungsbund Südwest. JIM-Studie2001: Deutlich mehr Handys als Computer im Besitz Jugendlicher[Online]. 2001. Available from: <http://www.mpfs.de/projekte/jim2001.html>[2001, Dezember 27]
- Ministerium für Bildung, Jugend und Sport des Landes Brandenburg Presse-Information: Ergebnisse des Forschungsprojektes "Sport- und Freizeitengagements von Jugendlichen in ländlichen Regionen"[Online]. 2000. Available from: <http://www.brandenburg.de/land/mbjs/infothek/000620.htm> [2002, Januar 16]
- Ministerium für Frauen, Jugend, Familie und Gesundheit des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) Kinder und Jugendliche an der Schwelle zum 21. Jahrhundert: 7. Kinder- und Jugendbericht der Landesregierung Nordrhein-Westfalen. Selm: Lonnemann, n.d.
- Mönks, F.J. Lehrbuch der Entwicklungspsychologie. München: Reinhardt, 1996.
- Münchmeier, R. Die unterschiedlichen "Jugenden" in Europa. In Lenz, W. (Hrsg.), Jugend 2000, S. 215-230. Bielefeld: W. Bertelsmann, 1992.
- Münchmeier, R. "Entstrukturierung" der Jugendphase: Zum Strukturwandel des Aufwachsens und zu den Konsequenzen für Jugendforschung und Jugendtheorie. Aus Politik und Zeitgeschichte 31 (Juli 1998): 3-13.
- Münchmeier, R. Jugend im demographischen Wandel. In Lenz, W. (Hrsg.), Jugend 2000, S. 32-53. Bielefeld. W. Bertelsmann, 1992.
- Neckermann, G. Multiplxe in der Krise[Online]. 2001. Available from: http://www.ard-werbung.de/mediaperspektiven/inhalt/MP01/MP01_10/download/Necker_1.pdf[2002, Januar 20]
- Neumann-Bechstein, W. Das Buch-Weggezap?[Online]. 2000. Available from: http://www.meome.de/app/de/article_page_print_jsp/63225.html[2001, Dezember 26]
- Neumann-Bechstein, W. Kino vor der Krise[Online]. 2001. Available from: http://www.freenet1.meome.de/app/de/article_page_print_jsp/79141.html[2001, Dezember

24]

- Oehmichen, E. Aufmerksamkeit und Zuwendung beim Radio hören[Online]. 2001. Available from: http://ard-werbung/de/mediaperspektiven/inhalt/MP01/MP01_03/download/Oehmichen_MP_3_2001.pdf[2001, Dezember 29]
- Opaschowski, H.W. Arbeit, Freizeit, Lebensinn?: Orientierungen für eine Zukunft, die längst begonnen hat. Opladen: Leske und Budrich, 1983.
- Opaschowski, H.W. Die multimediale Zukunft: Analysen und Prognosen vom Freizeit-Forschungsinstitut der British-American Tobacco. Hamburg: Freizeit-Forschungsinstitut der British-American Tobacco, 1996a.
- Opaschowski, H.W. Einführung in die Freizeitwissenschaft. 3.aktualisierte und erweiterte Aufl. Opladen: Leske und Budrich, 1997.
- Opaschowski, H.W. Freizeit 2001: Ein Blick in die Zukunft unserer Freizeitwelt. Hamburg: B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut, 1992.
- Opaschowski, H.W. "Ganz und gar nicht o.k.!". Das Parlament 3-4 (12./19. Januar 1996):8.
- Opaschowski, H.W. Pädagogik der freien Lebenszeit. 3. völlig neu bearbeitete Aufl. Opladen: Leske und Budrich, 1996b.
- Oswald, H. Beziehungen zu Gleichaltrigen. In Jugendwerk der Deutschen Shell (Hrsg.), Jugend'92: Lebenslagen, Orientierungen und Entwicklungsperspektiven im vereinigten Deutschland. Band 2. S. 319-331. Opladen: Leske und Budrich, 1992.
- Reisdorf, K. Konsum auf Pump, na und?: Jeder fünfte Jugendliche im Westen ist verschuldet[Online]. 2001. Available from: http://www.das-parlament.de/21-2001/aktuelle_ausgabe/p-a-71.html[2002, Januar 4]
- Sacher, W. Gewaltdarstellung im Fernsehen und ihre Wirkungen. In Realschullehrerverband Nordrhein-Westfalen, >>Medienkonsum und Freizeitverhalten von Kindern und Jugendlichen: Welche Chancen hat unsere Jugend?: Tagungsbericht zum 28. Mülheimer Kongreß. S.50-57. 1995.
- Schelsky, H. Die skeptische Generation: Eine Soziologie der deutschen Jugend. Frankfurt/Main: Ullstein, 1975.
- Schnibben, C. Ein Haufen Ameisen. Spiegel Special (November 1994): 56-68.
- Schröder, H. Jugend und Modernisierung: Strukturwandel der Jugendphase und Statuspassagen auf dem Weg zum Erwachsensein. Weinheim und München:

- Juventa, 1995.
- Schwier, J. Körper-Coolness-Könnerchaft: Sportive Streetszenen der MTV-Generation. Schüler'97 Stars-Idole-Vorbilder: 90-93.
- Silbereisen, R.K., Kracke, B., und Nowak, M. Körperliches Entwicklungstempo und jugendtypische Übergänge. In Jugendwerk der Deutschen Shell (Hrsg.), Jugend'92: Lebenslagen, Orientierungen und Entwicklungsperspektiven im vereinigten Deutschland. Band 2. S. 171-196. Opladen: Leske und Budrich, 1992.
- Starcom. Konsumverhalten und Markenbewusstsein[Online]. 2001. Available from: <http://www.youth.browser.de/Hauptergebnisse?konsum/body-konsum.html>[2002, Januar 4]
- Stengel, D. Cybermania: Über virtuelle Welten. In Hartmann, H.A., und Haubl, R. (Hrsg.), Freizeit in der Erlebnisgesellschaft: Amüsement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz, S.245-263. 2. Aufl. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998.
- Strzoda, Zinnecker, Pfeffer. Szenen, Gruppen, Stile: Kulturelle Orientierungen im Jugendraum. In Silbereisen, R.K., Vaskovic, L.A., und Zinnecker, J. (Hrsg.), Jungsein in Deutschland: Jugendliche und junge Erwachsene 1991 und 1996, S. 57-84. Opladen: Leske und Budrich, 1996.
- Vester, H.-G. Zeitalter der Freizeit. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1988.
- Wapforum. What is WAP?[Online]. 2002. Available from: <http://www.warforum.org/What/index.htm>[2002, Januar 2]
- Web. UMTS[Online]. n.d. Available from: http://handy.web.de/Gestern+%26+Heute/UMTS/?id=v00-011219-*2rW0-00[2001, Dezember 20]
- Wenzel, S. Urban und utilitär: Straßensport in Jugendkulturen. In SpoKK (Hrsg.), Kursbuch Jugendkultur: Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende, S. 182-189. Mannheim: Bollmann, 1997.
- Yahoo. Jugendliche: Alles dreht sich ums Handy[Online]. 2001. Available from: <http://de.mobile.yahoo.com/010615/192/102vd.html>[2002, Januar 2]
- Yahoo. Jugendliche stehen auf SMS und neue Handys[Online]. 2001. Available from: <http://de.mobile.yahoo.com/010705/192/1qwmk.html>[2002, Januar 2]

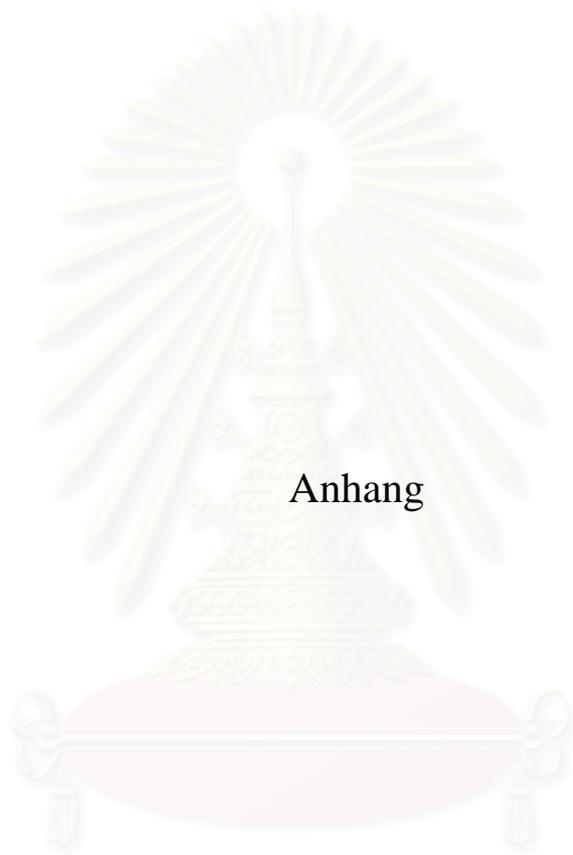
Yahoo. Neue Abhängigkeiten: Handysucht und Aktiensucht[Online]. 2001. Available from: <http://de.news.yahoo.com/011211/180/2fgil.html>[2001, Dezember 20]

Yahoo. Umfrage: Ein Drittel der Deutschen interessiert sich für UMTS[Online]. 2001. Available from: <http://de.mobile.yahoo.com/010808/192/1v34m.html>[2001, Dezember 20]

Zinnecker, J. Jugend der Gegenwart – Beginn oder Ende einer historischen Epoche?
In Baacke, D., Heitmeyer, W. (Hrsg.), Neue Widersprüche: Jugendliche in den 80er Jahren, S. 24-45. Weinheim und München: Juventa, 1985.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



Anhang

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

20. Gib bitte an, wie hoch Dein Taschengeld aus den verschiedenen Quellen monatlich im Durchschnitt ist.

_____DM.

Im folgenden sind die Dinge aufgelistet, für die man sein Geld ausgeben kann. Sage bitte, ob Du für diese Dinge im Monat eher viel, nicht viel oder fast gar nichts ausgibst.

21. für Bücher
 a fast nichts b nicht so viel c eher viel
22. für Kinobesuche
 a fast nichts b nicht so viel c eher viel
23. für CDs/Tonbänder
 a fast nichts b nicht so viel c eher viel
24. für Kleidung
 a fast nichts b nicht so viel c eher viel
25. für Discos/Kneipe
 a fast nichts b nicht so viel c eher viel
26. Wie wohnen Deine Eltern?
 a zur Miete in einem Mehrfamilienhaus c im eigenen Reihenhaus
 b zur Miete in einem Einfamilienhaus d im eigenen Einfamilienhaus

Welchen Bildungsabschluß haben bzw. hatten Deinen Eltern?

27. Mutter
 a Grundschule b Mittelschule c Abitur d Hochschulabschluß
28. vater
 a Grundschule b Mittelschule c Abitur d Hochschulabschluß
29. Welche Schule besuchst Du zur Zeit?
 a Hauptschule b Realschule c Abitur d Gesamtschule
30. Wie alt bist Du?
 _____Jahre
31. Geschlecht
 a weiblich b männlich
32. Erhebungsort (bitte nicht ankreuzen)
 a Gymnasium (Satdt) c Gymnasium HH e Gymnasium (Land)
 b Hauptschule (Stadt) d Gesamtschule Köln f Gesamtschule (Land)

สถาบันวิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Lebenslauf

Name: Busarin Itsarachai

Geburtstag und Geburtsort: 28. August 1977 geboren in Phuket

Studiengänge:

1995-1998: B.A. Studium im Fachgebiet Germanistik/Deutsch an der philosophischen Fakultät der Chulalongkorn Universität. Abschluß B.A. mit Auszeichnung (Second Class Honors)

1999-2001: M.A. Studium im Fachgebiet Germanistik/Deutsch an der philosophischen Fakultät der Chulalongkorn Universität

Stipendium:

November 2000-Januar 2001: als Stipendiatin des Deutschen Akademischen Austauschdienstes zur Literturrecherche und Datenerhebung an der Westfälischen-Wilhelms Universität Münster



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย