

Empirische Untersuchungsergebnisse des ZIJ zum Problemkreis "Jugend und Mode"

Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Zentralinstitut für Jugendforschung (ZIJ). (1978). *Empirische Untersuchungsergebnisse des ZIJ zum Problemkreis "Jugend und Mode"*. Leipzig. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-380135>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Arbeitspapier

Empirische Untersuchungsergebnisse des ZIJ zum
Problembereich "Jugend und Mode"

Reg. 561

gezeichnet 23.6.1987 Ju.

Zum o. g. Problembereich wurden bisher noch keine speziellen Untersuchungen durchgeführt. Gegenwärtig bereits vorhandene Ergebnisse entstammen allgemeinen Untersuchungen oder Spezialuntersuchungen anderer Gegenstandsbereiche. Sie reichen bei weitem nicht aus, fundierte Aussagen zum Zusammenhang von Mode und Entwicklung jugendlicher sozialistischer Persönlichkeiten zu treffen. Es ist jedoch erkennbar, daß

- Mode und Bekleidung für Jugendliche von besonderer Relevanz sind,
- Jugendliche (zumindest teilweise) andere Maßstäbe als Erwachsene anlegen und

folglich eine tiefgründige Erschließung durch die Jugendforschung durchaus zu wesentlichen Ergebnissen führen kann, welche die Persönlichkeitsforschung bereichern und praktischen Belangen (Bedarfsforschung) von Produktion und Handel nützen.

Im folgenden werden die vorliegenden Befragungsergebnisse zusammengestellt. Es handelt sich dabei vornehmlich um Häufigkeitsverteilungen für Antwortmodelle zu Mode-/Bekleidungsfragen und/oder Rangplätze, welche solchen Fragen in ausgewählten Zusammenhängen eingeräumt wurden. Da die einzelnen Untersuchungen inhaltlich differenzierte Zielstellungen verfolgten und folglich recht unterschiedlich angelegt waren, werden die Ergebnisse nach Untersuchungen gegliedert dargestellt, wobei zu jeder Untersuchung eine gedrängte Populationsbeschreibung vorangestellt wird. Diese Beschreibung soll einerseits ungerechtfertigte Zusammenfassungen vermeiden helfen und andererseits auch die differenzierten Beurteilungen verschiedener Fragen durch einzelne sozio-demographische Gruppen der

Jugend andeuten.

A. Zentrale Intervallstudie (ZIS 76)

Untersuchungsjahr: 1976

Population: ca. 1500 junge Arbeiter

86 % mit Facharbeiterabschluß

Alter 19 - 25 Jahre, Durchschnittsalter 21,3 J.

Ergebnisse:

Der überwiegende Teil der Jugendlichen bezeugt großes Interesse an Modefragen und beschäftigt sich auch damit.

Nach der Interessenausprägung befragt gaben

24 % sehr starkes Interesse,

39 % starkes Interesse,

26 % mittleres Interesse,

8 % schwaches Interesse,

3 % sehr schwaches bzw. kein Interesse

an. Das Interesse ist erwartungsgemäß bei weiblichen Jugendlichen (40 % sehr stark) deutlich stärker ausgeprägt als bei den männlichen Jugendlichen (14 % sehr stark).

In einer Interessen-Batterie waren 33 Interessengebiete vorgegeben worden. Modefragen wurden von den Jugendlichen an 10. Stelle plaziert. Eine ähnlich ausgeprägte Geschlechterdifferenzierung hinsichtlich des "sehr starken Interesses" war lediglich zu registrieren bei

"Stadtbummel" (m 10 %; w 33 %),

"naturwissensch.-
techn. Interessen" (m 20 %; w 6 %),

"Wettkampfsport" (m 20 %; w 6 %).

- 3 -

Die tatsächliche Beschäftigung mit Modefragen deckt sich im wesentlichen mit der Interessenverbreitung. Im Laufe des letzten Jahres hatten sich

19 % sehr oft (m 9 %; w 33 %),
 35 % oft,
 28 % manchmal,
 14 % selten und
 4 % nie

mit Modefragen beschäftigt.

"Sich nach der Mode zu kleiden, sich ein bißchen Luxus zu leisten" hat praktisch für alle Jugendlichen große Bedeutung. Auf einer 7-stufigen Skala ergab sich folgende Antwortverteilung dazu:

Position 1 (sehr große Bedeutung):	46 %	}	91 %
2	31 %		
3	14 %		
4 (mittlere Bedeutung)	6 %		
5		}	3 %
6			
7 (keine Bedeutung)			

In den Fragen "jugendgemäßer Kleidung und jugendgemäßer Frisur" sind

58 % mit ihren Eltern (nahezu) einer Meinung,

42 % unterschiedlicher Meinung - dabei 4 % Jugendliche, die deshalb ernsthafte Auseinandersetzungen mit den Eltern haben.

Auch zur Beantwortung der Frage, "welche Bedeutung es für die Jugendlichen persönlich habe, viel für das körperliche Ansehen zu tun - auch wenn das etwas kostet - " wurde ein

7-stufiges Antwortmodell eingesetzt. Das Antwortbild ähnelt dem o. a. (Mode/Luxus) weitgehend:

Position 1 (sehr große Bedeutung)	29 %	} 78 %
2	27 %	
3	22 %	
4 (mittlere Bedeutung)	14 %	
5	4 %	} 8 %
6	2 %	
7 (keine Bedeutung)	2 %	

B. Intervallstudie - Schüler - (IS 75)

Untersuchungsjahr: 1975 (8. Etappe)

Population: ca. 200 Schüler, 12. Klasse EOS

ca. 200 Lehrlinge, 2. Lehrjahr

Alter 13 - 19 Jahre

Ergebnisse:

Im Zusammenhang mit der Untersuchung allgemeiner Lebensziele wurden einige materielle Lebensziele von den Jugendlichen bewertet. Innerhalb dieser materiellen Ziele wurde dem Ziel "sich nach der Mode kleiden, ein bißchen Luxus leisten" der zweite Rang eingeräumt - allerdings mit deutlichem Abstand zur "Einrichtung einer schönen Wohnung".

Die folgende Übersicht zeigt die "graduierte Wertigkeit" ¹⁾ für die materiellen Ziele:

Lebensziel	Schüler		Lehrlinge	
	männl.	weibl.	männl.	weibl.
a) modisch kleiden, ein bißchen Luxus leisten	60	63	55	54
b) schöne Wohnung einrichten	96	97	72	72
c) jährliche Urlaubsreise, Touristik	58	55	50	48
d) eigenes Auto anschaffen	57	36	43	21

- 5 -

1) Fußnote von Seite 4

Vergleichkennziffer; sie ergibt sich rechnerisch aus dem Prozentsatz der Jugendlichen, die dem entspr. Lebensziel "vorbehaltlos" zustimmen, zuzüglich dem halben (d. h. mit 0,5 gewichteten) Prozentsatz der Jugendlichen, die "mit gewissen Einschränkungen" zustimmen. Eine graduierte Wertigkeit von "100" bedeutet demzufolge, daß alle Befragten vorbehaltlos zustimmen, eine graduierte Wertigkeit von "0" dagegen, daß niemand - auch nicht eingeschränkt - zustimmt.

C. Lebensweise - Freizeit (LFA)

Untersuchungsjahr: 1977

Population: ca. 1800 junge Arbeiter

männlich 67 %, weiblich 33 %

Durchschnittsalter 23 Jahre; 18-26 J. 90 %,
älter 10 %

Ergebnisse:

Die Befragten äußerten sich zur Höhe ihrer durchschnittlichen wöchentlichen Geldausgaben für die Positionen Eintrittskarten, alkoholische Getränke, Benzin, Geschenke, Kosmetik/Friseur, Mäschereien/nichtalkoholische Getränke, Tabakwaren, Zeitschriften/Zeitungen/Bücher sowie Bekleidung. Die Ausgaben für Bekleidung rangierten in der untersuchten Population mit Abstand an 1. Stelle. Nur jeder 6. Jugendliche nannte "keine Ausgaben", jeder 3. Jugendliche gibt wöchentlich - z. T. erheblich - mehr als 25 M für Bekleidung aus. Im einzelnen ergab sich:

- 17 % der Jugendlichen ohne Ausgaben
- 23 % der Jugendlichen mit Ausgaben bis zu 10 M
- 24 % der Jugendlichen mit Ausgaben bis zu 25 M
- 17 % der Jugendlichen mit Ausgaben bis zu 50 M
- 19 % der Jugendlichen mit Ausgaben über 50 M

In dieser Verteilung nach Ausgabenbeträgen traten bemerkenswerterweise keine signifikanten Unterschiede zwischen den Geschlechtergruppen auf!

D. Nutzung der Massenmedien (MK 76)

Untersuchungsjahr: 1976

Population: ca. 1300 Jugendliche

davon 26 % Lehrlinge (Industrie)

13 % Lehrlinge (Landw., Land-u. Forstwirtschaft.)

17 % (Teil-)Facharbeiter (Industrie)

16 % Angestellte

28 % Studenten

Alter: 16-26 Jahre (5 % älter), Durchschnitts-

alter 21 J., 46 % männlich, 54 % weiblich

Ergebnisse:

Die Verknüpfung aller Gesellschaftsbereiche mit der Politik ist den Jugendlichen mehr oder weniger stark bewußt. Bezüglich der Mode ist dieses Bewußtsein relativ schwach entwickelt, was darin zum Ausdruck kommt, daß

(nur) 13 % der Jugendlichen die Auffassung vertreten, daß der Zusammenhang von Mode und Politik von den Massenkommunikationsmitteln berücksichtigt werden müßte,

42 % entgegengesetzter Meinung sind und

45 % meinen, Mode und Politik hätten nichts miteinander zu tun (Studenten 36 %, junge Angestellte 55 %).

E. Operative Studie (OS 78)

Untersuchungsjahr: 1978

Population: ca. 2300 Jugendliche in Karl-Marx-Stadt

20 % Arbeiter

33 % Lehrlinge

13 % Studenten

34 % Schüler (POS, EOS)

Ergebnisse:

Die Jugendlichen nahmen Stellung zum Tragen des USA-Emblems an bzw. auf der Kleidung. Dieses Beispiel unterstreicht, daß die Mehrzahl der Jugendlichen den Zusammenhang von Politik und Mode noch nicht erkannt hat bzw. sich dazu gleichgültig verhält:

- 34 % der Jugendlichen lehnen das Tragen dieses Symbols ab,
- 10 % der Jugendlichen sind dafür
- 56 % der Jugendlichen ist das gleichgültig .

Von den 20 % der Jugendlichen, die ein derartiges Emblem tragen (jeder 4. von ihnen öfters), wurden folgende Gründe genannt:

- 51 %, "weil es Mode ist",
- 12 % "weil unser Handel keine sozialistischen Symbole anbietet",
- 8 % "weil die USA viele große Leistungen vollbringen",
- 22 % "andere Gründe".
- 7 % hatten darüber noch nicht nachgedacht.

F. Disko-Studie (DIB 78)

Untersuchungsjahr: 1978

Population: ca. 400 Jugendliche Disko-Besucher (nach Veranstaltungsbesuch)

- 24 % Schüler
- 5 % Studenten
- 32 % Lehrlinge
- 24 % Arbeiter
- 15 % sonstige Werktätige

Ergebnisse:

Die Untersuchung lieferte Anhaltspunkte dafür, welches Informationsbedürfnis die Jugendlichen in Modefragen haben. Abgesehen von musikspezifischen Informationen werden Informationen

Über Modetrends mit am meisten als Wertbeiträge in Disko-
Veranstaltungen gewünscht:

27 % der jugendlichen Diskobesucher meinten,
daß Informationen über neue Modetrends
auf jeden Fall zum Programm gehören
sollten,

56 % stimmten dem bedingt zu,

17 % lehnten dies ab.