

Das Kind in der Erlebnisgesellschaft

In den letzten Jahren dürfte auch Österreich zu einem Land der Erlebnisse mutiert sein. Natürlich wieder etwas verspätet und vielleicht schon den "aktuellen" Trends nachhinkend, doch auch bei uns boomt das *Erlebnis*. Ein Blick nicht nur in einschlägige Fachzeitschriften sondern auch auf Werbeflächen der Plakatwände und Litfaßsäulen oder Schaufenster beweisen diesen Trend.

- Es gibt Erlebnis-Reisen, die Erlebniswelt "Salzbergwerke", das Erlebnisbad, das Erlebnis "Politik" oder gar schon den Erlebnisraum "Büro".
- Kurse in Philosophieren werden zum "Abenteuer Philosophie" kreiert und auf diese Weise der Öffentlichkeit schmackhaft gemacht.
- Was früher von Kinder- und Jugendorganisationen als Ferienfahrten angeboten wurde, bezeichnen sie heute als "Erlebnis -und Abenteuerreisen".
- Sportliche Betätigung gilt nur noch etwas, wenn sie das Mäntelchen "Abenteuersport" umgehängt bekommt. Gleichzeitig steht im Bereich des Freizeitsports nicht mehr die Entspannung im Vordergrund, sondern die Leistung, das Herantasten an persönliche Grenzen, verbunden mit dem Gefühl des „Ausgepowertseins“.
- Ferienaktionen im Sommer für Kinder aus urbanen Randgebieten werden als "Abenteuersommer" verkauft.
- Erlebnispädagogische Jugendkulturarbeit löst "herkömmliche" Kulturarbeit mit Kindern und Jugendlichen ab.
- Die Touristikindustrie verspricht Aktiv- und Erlebnisurlaube (Raftingfahrten, Canyoning, u.ä.), um mit Hilfe des "Abenteuers" den Alltagstrott zu vergessen.
- Die Zahl der Abenteuerwochen und des "erlebnispädagogischen Projektunterrichts" an Schulen hat sich vergrößert. Das Sparpaket der

"Österreichischen Bundesregierung " läßt aber für die kommenden Jahre eine Rückentwicklung erwarten.

- Ohne die Begriffe "Abenteuer" und "Erlebnis" könnte die Werbeindustrie nicht mehr marktorientiert anbieten. Wer kennt nicht den abenteuerlichen Duft eines bestimmten "Parfums" oder den "abenteuerlichen" Geschmack besonderer Zigarettenmarken.

Hier sei angemerkt, daß bereits bei 45 % der österreichischen Konsumenten der „Erlebniskauf“ im Vordergrund steht, also fast die Hälfte der Österreicher vor dem Einkauf nicht wissen, was sie eigentlich kaufen wollen. Es tritt somit ein Wandel vom *Versorgungs-* zum *Erlebniskonsum* ein.

Dies hat zur Folge, daß teilweise bereits eine Generation heranwächst, zu deren Wünschen der Slogan gehört: „*Ich möchte einmal soviel verdienen, wie ich ausgabe!*“ (Im Fachjargon werden diese Menschen als „*Spendaholics*“ bezeichnet. – vgl. R. Popp, 1996)

- Ehemalige "Leistungssportler" bieten "Überlebenstrainings" für Spitzenmanager an, um sie besser für den täglichen Überlebenskampf in der Geschäftswelt aufzubauen.
- Keine sich als fortschrittlich bezeichnende Sozialpädagogik kommt ohne den Handlungsansatz "Erlebnispädagogik" aus (Wüstenwanderungen, Segelturns, Klettertouren u.ä.). Unter anderem scheinen z.B. in einer vom "Ministerium für Jugend und Familie" 1994 veröffentlichten Broschüre mit dem Titel "Outdoor - Aktivitäten und Erlebnispädagogik" bereits fünfzehn Organisationen auf, die sozialtherapeutische und erlebnispädagogische Angebote und Ausbildungen in Österreich anbieten.

Darüber hinaus dürfte es sicherlich die dreifache Anzahl von Einzelpersonen und Vereinen geben, die in der erlebnisorientierten Freizeit -und Touristikbranche privatwirtschaftlich orientiert tätig sind.

- Aus den beiden letztgenannten Punkten läßt sich meiner Meinung nach die Forderung ableiten, jenen Bestrebungen große Aufmerksamkeit zu schenken bzw.

entgegen zu wirken, die auf Erlebnis, „Action“ und „Thrill“ ausgerichtete Angebote lediglich den beiden konträren Gesellschaftsschichten, nämlich den flexiblen, mit viel Geld ausgestatteten Managern auf der einen Seite (i.S. von *Abenteuersportarten*) und den extremen sozialen Randgruppen (z.B. gewaltbereite Jugendliche i.S. der *Erlebnispädagogik*) auf der anderen Seite, zugänglich machen.

- Weitere Formen des Stillens von Erlebnishunger sind von der Logik des „Hoppings“ begleitet, wobei darunter der ständige Wechsel der Umgebung (z.B. Urlaub – von einer Insel auf die andere – Island-Hopping), das ruhelose „Wandern“ von einer Einladung bzw. von einem Fest zur/zum nächsten (Party-Hopping), das ständige Umschalten auf die verschiedensten Fernsehkanäle (Tele-Hopping) oder Ski- bzw. Snowboard-Hopping und, undverstanden wird.

Multioptionsgesellschaft

Zur Charakterisierung bestehender gesellschaftlicher Strukturen wird der Begriff der „Multioptionsgesellschaft“ verwendet, der auf die Entscheidungsvielfalt und deren verunsichernde Wirkung im alltäglichen Handeln hinweist. Denken Sie nur an die Vielzahl von Produkten, die Ihnen bei Detailwünschen dargeboten werden (Speisekarten mit über 70 Pizzen, Fahrräder in nicht mehr nachvollziehbarer Fülle, die Planung der Urlaubsreise beschert Ihnen sicherlich drei Kilogramm an Prospekten, Rituale, z.B. „Hochzeit“, die über Jahrzehnte völlig klar waren, werden mit einer Menge von Optionen dargeboten - unter Wasser, auf dem Gipfel eines Berges.

N. Luhmann charakterisiert diese Vielfalt an „Optionen“ in etwa mit nachfolgendem Zitat: **„Das einzige, was gewiß ist, ist, daß nichts gewiß ist.“**

Diese sicherlich unvollständige Auflistung beweist, daß Erlebnis und Abenteuer der Renner in einem gesamtgesellschaftlichen Wunsch nach immer ausgeprägteren Formen von erlebnisintensiven Reizen und Stimulationen sind.

Ein kurzer Einschub sei noch gestattet: Einige Sozialwissenschaftler gehen in ihren Aussagen über die Erlebnisgesellschaft sogar soweit, daß sie die Jugend als Gewinner dieses gegenwärtigen Gesellschaftstrends sehen, indem durch die allgemeine erlebnisorientierte Ästhetisierung, die Lebensphase "Jugend" eine enorme Aufwertung erlebt. Denn, wenn in einer Gesellschaft, "in der die öffentliche Demonstration körperlicher Schönheit und vor allem körperbezogener Expressivität bedeutsam zu werden beginnt," dann übernehmen Jugendliche die Funktion von experimentierenden Trendsettern und Wegbereitern für die neuen und zukünftigen Körper- und Lebensstile" (Becker, S. 492).

Nun noch einige Gedanken zu den Auswirkungen dieses „Lebensstils“ auf die Kinder.

Neben der als Gemeinplatz geltenden Aussage, daß natürlich Kinder in dieser von mir beschriebenen Gesellschaft aufwachsen bzw. mit Eltern konfrontiert sind, die sich Grenzerlebnissen zur ganz persönlichen Herausforderung stellen (man sucht sozusagen Abenteuer, die man für sich und gegen sich selbst besteht - *Opaschowski*), gelten bereits Kinder als Trendsetter und kaufkräftige Kunden bzw. beeinflussen das Kaufverhalten ihrer Eltern „bedeutend“ (Kaufkraft in D. wird auf 42 Mrd. Schilling geschätzt).

Ferner überschüttet das Tempo der heutigen Medien (MTV, Video, Software, Multimedia, Computer, Programme u.a.) die Kinder und Jugendlichen mit einer immer schneller werdenden Informationsflut. Das Problem der Zukunft ist für Kinder nicht das Mehr an Freizeit, sondern, daß in der *freien Zeit* immer mehr Aktivitäten erledigt werden müssen. (Gleichzeitig sollten nachfolgend aufgelistete Aktivitäten durchgeführt werden: „Internet-surfen“, Fernsehen, Telefonieren, CD oder Radio hören, Videospiele u.u.). Die jungen Menschen entwickeln sich zu einer neuen Medien-Generation, die alles sehen, alles hören, alles erleben und vor allem im Leben nichts verpassen will.

Opaschowski beschreibt den von mir angedeuteten Teufelskreis, daß nämlich diese Generation nicht alternativ agiert – „z.B. PC-Nutzung statt Bücherlesen oder Video statt Radio. Für sie heißt es eher: Video+Radio+Computer+Buch+Free-TV+Pay TV+Teleshopping+Einkaufsbummel ... **Sie will alles und von allem noch viel mehr.**“

Infolgedessen bringt unsere Kultur eine ganz neue Generation hervor, nämlich die **„KURZZEIT-KONZENTRATIONS-KINDER“**. Diese **KKK-Generation** wird in Zukunft die Flut an Information „Scannen“. „Wie beim Scannen liest das Kind die Vielzahl der optischen und akustischen Signale des Lebens selektiv und subjektiv ab, um die Eindrücke psychisch verarbeiten und speichern zu können.“ (vgl. Opaschowski, 1996).

In den Vereinigten Staaten werden die Fähigkeiten der Kinder, überhaupt mit diesem Informationstempo zurechtzukommen, als Krankheit diagnostiziert und als *„Aufmerksamkeitsstörung A.D.D. („Attention Deficit Disorder“)* bezeichnet, die sich aus Spontaneität, Hyperaktivität und Zerstreuung zusammensetzt.

Ich meine hiermit, daß die von Erwachsenen festgestellten Symptome nicht so sehr eine Krankheit darstellen, sondern vielmehr aus der Sicht der Kinder eine ganz normale und gesunde Reaktion sind.

Der ständig wechselnden Informations- und Bilderflut der Massenmedien wird in Zukunft bzw. bereits jetzt das ständig wechselnde Spielzeug im Kindesalter, wechselnde Freundschaften im Jugendalter sowie ständig wechselnde Partnerschaften im Erwachsenenalter entsprechen. **Freunde und Bekannte wechseln wie Werbe-Spots und Freizeitzubehör.**

Trotzdem gibt es **Störungen** bei Kindern, die durch die Nutzung der Medien und Verplanung der Freizeit nachweisbar sind. Dazu gehören:

- * Die dramatische Zunahme der Sprachauffälligkeiten. Von 1983 bis 1995 gab es in Dt. eine Zunahme von sprachauffälligen Kindern in der Größenordnung von 87%.
60 % der Zeit in der Familie wird sprachlos vor dem Fernseher verbracht.

- * 23 % der durch die UNI Freiburg befragten Kinder (Alter- 6-13 Jahre) hatten Schlafstörungen durch Streßbelastung.
- * Manche Kinder können nur noch kurze Geschichten erzählen, in denen sich ein Highlight auf den anderen reiht, wie im Fernsehen, bei Werbespots od. Musikkkanälen.
- * Die Ablenkungsbereitschaft von Kindern nimmt zu.
- * Das Nicht-zuhören-Können ist heute schon im Kindesalter nachweisbar.

Der frühere Satz: „**Eine Sache zu einer Zeit**“ hat sich gewandelt in die Gewohnheit „**Mehr tun in gleicher Zeit**“.

Abschließend noch die von H. Opaschowski (Vgl. 1996) aufgestellten **Zehn GEBOTE** des 21. Jahrhunderts, die es zu erlernen und zu befolgen gilt:

1. Bleib nicht dauernd dran, schalt doch mal ab.
2. Jag nicht ständig schnellebigen Trends hinterher.
3. Kauf nur das, was du wirklich willst, und mach dein persönliches Wohlergehen zum wichtigsten Kaufkriterium.
4. Versuche nicht dauernd, deinen Lebensstandard zu verbessern.
5. Lerne – zu lassen, also Überflüssiges weglassen.
6. Lerne wieder, eine Sache zu *einer* Zeit zu tun.
7. Mach nicht alle deine Träume wahr; heb dir noch unerfüllte Wünsche auf.
8. Tu nichts auf Kosten anderer oder zu Lasten nachwachsender Generationen.
9. Genieße nach Maß, damit du länger genießen kannst.
10. Verdien dir deinen Lebensgenuß – durch Arbeit oder gute Werke:
Es gibt nichts Gutes, es sei denn, man tut es.

Literatur-Liste

- * Amesberger, G.: Persönlichkeitsentwicklung durch Outdoor-Aktivitäten? Frankfurt, 1992
- * Becker,P.: Trainieren, Korrigieren oder Riskieren?. In: Neue Praxis 6/94

- * Bedacht, A. u.a. (Hrsg.): Erlebnispädagogik: Mode, Methode oder mehr? München 1992
- * Bedacht, A./Michl, W.: Erlebnispädagogische Aktivitäten im Vergleich. In: Zeitschrift für Erlebnispädagogik, 11. Jg., H. 8. S. 31
- * Böhnisch, L./Münchmeier, R.: Pädagogik des Jugendraumes, Weinheim und München 1990
- * Brenner, G.: Erlebnispädagogik - ein Rettungsring für die Jugendarbeit?. In: Deutsche Jugend, 41 Jg. 1993, H.10
- * Brunkhorst, H.: Sozialpädagogische Normalisierungsarbeit. In: Neue Praxis 3/88
- * Crowther, Ch./Schröder, L.: Frauen und Erlebnispädagogik. In: Bedacht, A. u.a. (Hrsg.): Erlebnispädagogik: Mode, Methode oder mehr? München 1992
- * Drüke, B./Jörisen, G./Unland, G.: "Creadiva". Eine Mädchen- u. Frauenveranstaltung der KSJ. In: deutsche Jugend 6/1990
- * Düchting, F.: Wenn Pädagogik was erleben will - Kritische Anmerkungen zum interessanten Verhältnis von "Erlebnispädagogik" und Jugendarbeit. In: Neue Praxis, 5/94
- * Habiba-Kreszmeier, A.: Das Schiff NOAH. Dokumente einer therapeutischen Reise. Weitra, 1994
- * Ewald, T.: Kritische Erlebnispädagogik. In: Jugendreport, 4/94, S. 9 ff.
- * Heckmair, B. u.a.: "City Bound", sich bewähren im Dickicht der Großstadt. In: Bedacht A. u.a. (Hrsg.): Erlebnispädagogik: Mode, Methode oder mehr? München 1992
- * Heckmeier, B./Bedacht, A./Michl, W.: Nach der Diffamierung des Denkens um die Enteignung der Erfahrung? Zur Erlebnispädagogik. In: deutsche jugend 3/90
- * Hensel, H.: Die neuen Kinder und die Erosion der alten Schule, 5. Aufl., Bönen 1994
- * Hentig, H. von: Kurt Hahn und die Pädagogik. In: Röhrs, H.: (Hrsg.): Bildung als Wagnis und Bewährung. Heidelberg 1966
- * Janssen, A./Schulze, B.: Mit Mädchen auf Tour - Abenteuerfreizeiten mit Mädchen als Medium feministischer Mädchenarbeit. In: Fischer, D. u.a. (Hrsg.): (Er)leben statt reden - Erlebnispädagogik in der offenen Jugendarbeit. Weinheim und München 1985
- * Jörißen, G.: Kritik an erlebnispädagogisch verkürzter Mädchenarbeit. In: deutsche jugend 6/1990
- * Kersten, J. u.a.: Geschlossene Unterbringung . In: Neue Praxis. Heft 2/89
- * Nahrstedt, W.: Leben in freier Zeit, Darmstadt 1990
- * Oelkers, J.: Kann "Erleben" erziehen? In: Zeitschrift für Erlebnispädagogik. Heft 12/1992
- Opaschowski, H.: Die multimediale Zukunft – zwischen Akzeptanz und Verweigerung. Vortrag gehalten am 10.12.1996 auf dem Kongreß „Infolut und Datenmeer“.
- * Opitz, U.: "Mädchen-Marlboro" - Alternative Ansätze der Mädchenbildungsarbeit. In: Dt. Jugend 6/90
- * Popp, R.: Wie leben wir morgen? Trends und Tendenzen im Spannungsfeld zwischen Berufs- und Freizeitwelt. In: Spektrum Freizeit, Heft 2/3, 1996

- * Rose, L.: Suchen Mädchen Abenteuer? Zur Bedeutung des Abenteuers in der weiblichen Sozialisation. In: Sozialmagazin. 1/93, S. 98
- * Schiedeck, J./Stahlmann, M.: "Tarzan-Pädagogik" oder Der "thrill" als pädagogische Maßeinheit. In: Neu Praxis 5/94
- * Schnack, D./Neutzling, R.: Kleine Helden in Not. Jungen auf der Suche nach Männlichkeit. Reinbek 1990
- * Stahlmann, M.: Erlebnispädagogik in der Heimerziehung - action oder Alltag? In: Zeitschrift für Erlebnispädagogik, Heft 9/1994
- * Schöttler, B.: Statements zur Podiumsdiskussion. In: Bedacht, A. u.a. (Hrsg.): Erlebnispädagogik: Mode, Methode oder mehr? München 1992
- * Wollffersdorff, Chr.von/Spran-Kuhlen, V./Kersten, J.: Geschlossene Unterbringung in Heimen - Ein Streitfall der Jugendhilfe (II) In: Neue Praxis 2/89
- * Wolters, J.-G.: Erlebnis- und sportorientierte Ansätze in der sozialpädagogischen Praxis. In: Soziale Arbeit 5/90
- * Ziegenspeck, J.: Erlebnispädagogik - Rückblick, Bestandsaufnahme, - Ausblick - Lüneburg 1992
- * Ziegenspeck, J.: Outward Bound. In: Zeitschrift für Erlebnispädagogik. Jg. 12, H. 1/2