

# Inhaltsverzeichnis

<b>DANKSAGUNGEN .....</b>	<b>7</b>
<b>1. EINLEITUNG .....</b>	<b>9</b>
<b>2. JUGEND, INDIVIDUALISIERUNG UND MEDIEN: ZUM THEORETISCHEN BEZUGSAHMEN .....</b>	<b>18</b>
2.1. JUGENDLICHE UND INDIVIDUALISIERUNG .....	19
2.1.1. <i>Zum Ausgangspunkt: der Prozess der Modernisierung</i> .....	21
2.1.2. <i>Modernisierung und jugendliche Entwicklung</i> .....	25
2.2. INDIVIDUALISIERUNG UND INSTANZEN DER SOZIALISATION .....	49
2.2.1. <i>Die Familie</i> .....	49
2.2.2. <i>Die Schule</i> .....	51
2.2.3. <i>Die Peergruppe</i> .....	54
2.3. INDIVIDUALISIERUNG UND MEDIENNUTZUNG .....	59
2.4. ZUSAMMENFASSUNG .....	67
<b>3. SOZIALISATIONS KONTEXTE VON JUGENDLICHEN IN OST UND WEST IN ZEITEN FORTSCHREITENDER MODERNISIERUNG UND INDIVIDUALISIERUNG .....</b>	<b>69</b>
3.1. ZUR SOZIALSTRUKTUR UND SOZIOKULTUR DER SUBPOPULATION „JUGENDLICHE“ .....	72
3.2. SOZIALSTRUKTURELLE BEDINGUNGEN DES AUFWACHSENS JUGENDLICHER IN DEN ALTEN UND NEUEN BUNDESLÄNDERN .....	77
3.2.1. <i>Bevölkerungsstrukturen</i> .....	78
3.2.2. <i>Familienstrukturen</i> .....	82
3.2.3. <i>Erwerbstätigkeit und Arbeitslosigkeit der Eltern</i> .....	88
3.2.4. <i>Finanzielle Situation</i> .....	91
3.2.5. <i>Wohnsituation</i> .....	93
3.2.6. <i>Bildung</i> .....	95
3.3. SOZIOKULTURELLE BEDINGUNGEN DES AUFWACHSENS VON JUGENDLICHEN IN EN ALTEN UND NEUEN BUNDESLÄNDERN.....	98
3.3.1. <i>Soziale Mobilität– enge und weite Freundschaftsbeziehungen</i> .....	101
3.3.2. <i>Wertorientierungen</i> .....	106
3.3.3. <i>Freizeitbeschäftigungen</i> .....	112
3.3.4. <i>Vereinszugehörigkeit</i> .....	117
3.3.5. <i>Regionale Mobilität</i> .....	120
3.4. MODERNE SOZIALISATIONS KONTEXTE, INDIVIDUALISIERUNG UND MEDIENNUTZUNG .....	124

<b>4. MEDIENNUTZUNG VON JUGENDLICHEN IN DEN NEUNZIGER JAHREN .....</b>	<b>128</b>
4.1. JUGENDLICHE MEDIENPRÄFERENZEN UND MEDIENANEIGNUNG .....	131
4.1.1. Fernsehen .....	131
4.1.2. Tonträger .....	136
4.1.3. Radio .....	139
4.1.4. Bücher .....	144
4.1.5. Computer .....	148
4.1.6. Zeitschriften .....	152
4.1.7. Video .....	156
4.1.8. Zeitungen .....	158
4.2. ZUSAMMENFASSUNG .....	160
<b>5. METHODEN .....</b>	<b>162</b>
5.1. DIE STICHPROBE .....	162
5.2. ERHEBUNGSINSTRUMENTE .....	165
5.2.1. Erhebungsinstrumente zum Individualisierungsgrad Jugendlicher .....	166
5.2.2. Erhebungsinstrumente zu jugendlicher Mediennutzung .....	175
5.3. ZUM VERFAHREN .....	184
<b>6. MEDIENPRÄFERENZEN UND MEDIENNUTZUNG VON CHEMNITZER UND OLDENBURGER JUGENDLICHEN IM VERGLEICH .....</b>	<b>188</b>
<b>7. JUGENDLICHE UND MEDIALE SOZIALISATION .....</b>	<b>198</b>
7.1. MODERNE SOZIALISATIONSBEDINGUNGEN UND JUGENDLICHE ORIENTIERUNGEN .....	199
7.2. JUGENDLICHE ORIENTIERUNGSTYPEN UND MEDIALE SOZIALISATIONSINSTANZEN .....	216
7.3. INDIVIDUALISIERUNG UND DIE ATTRAKTIVITÄT DES RADIOS FÜR JUGENDLICHE .....	224
7.4. PROFILE DER JUGENDLICHEN VIELNUTZER BZW. WENIGNUTZER VON MEDIEN ODER ‚MEDIENFREAKS‘ VERSUS ‚MEDIENABSTINENZLER‘ IM JUGENDALTER ...	229
<b>8. DISKUSSION .....</b>	<b>233</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS .....</b>	<b>239</b>
<b>VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN UND TABELLEN .....</b>	<b>275</b>
<b>ANHANG .....</b>	<b>279</b>