

SUSANNE WÖRZ / OTTMAR BRAUN · KOBLENZ-LANDAU

Sozialpsychologische Aspekte bei jugendlichen Sprachreisenden: Urlaubszufriedenheit, Reisewirkungen, Europa und berufliche Zukunft

1. Überblick

Es wird über die Ergebnisse einer Kundenbefragung von jugendlichen Teilnehmern einer Sprachreise des Veranstalters Offährte Sprachreisen Bremen im Sommer 1996 berichtet. Es gab sieben verschiedene Zielgebiete, wo die Befragung durchgeführt wurde. Erfragt wurden unter anderem die Zufriedenheit mit der Sprachreise insgesamt, Erwartungen, die an eine Sprachreise gestellt werden, inwieweit sich diese Erwartungen erfüllt haben, Wirkungen der Reise, welche europäischen Länder am besten bzw. am wenigsten gefallen und schließlich die subjektive Einschätzung der Wichtigkeit von Sprachen im Beruf. Am Ende der Reise wurde 821 Teilnehmern zu diesem Zweck ein Fragebogen in drei Splitversionen vorgelegt.

2. Einleitung und Fragestellung

In dieser Studie über Sprachreisen für Jugendliche ging es wie bei Braun (1997) darum, qualitative Faktoren zu erfassen. Es ging also nicht darum, sprachliche Verbesserungen und damit den sprachlichen Erfolg der Reise durch einen objektiven Test zu erfassen, sondern um andere Aspekte wie z. B. der gewonnene Einblick in die Kultur des Gastlandes. Sind die Jugendlichen aufgrund ihrer Nationalität auf Ablehnung gestoßen? Wie wichtig scheint ihnen in beruflicher Hinsicht die Beherrschung von Fremdsprachen zu sein? Inwieweit gehören osteuropäische Länder wie Tschechien und Bulgarien für die Jugendlichen zu einem vereinten Europa? Gibt es bei all diesen Fragen Alters- und Geschlechtsunterschiede?

3. Methode

3.1 Stichprobenbeschreibung

Insgesamt wurden 821 Teilnehmer und Teilnehmerinnen von Sprachreisen im Sommer 1996 befragt. Die Befragungen fanden in den Orten Exmouth, Teignmouth, Bournemouth, London, Priors Field in Großbritannien, Biarritz in Frankreich und auf Malta statt.

Vier Personen machten keine Angabe zum Ort. 62,1% der Befragten waren weiblich, 34,8% männlich (3% machten keine Angabe). 16,3% waren bis 13 Jahre alt, 20,6% waren 14 Jahre alt, 25,1% waren 15 Jahre alt, 20,7% waren 16 Jahre alt, 16,1% waren über 16 Jahre alt (1,2% machten keine Angabe zum Alter).

61,1% der Befragten gaben an, das Gymnasium zu besuchen, 19,6% besuchten die Realschule, 4,4% die Hauptschule, 6,5% die Gesamtschule, 4,3% machten die Angabe, einen sonstigen Schultyp zu besuchen. 2,1% besuchten keine Schule mehr und 2,1% machten hierzu keine Angabe.

Es handelte sich um Teilnehmer aus den neuen und alten Bundesländern (24,8% vs. 65,2%); 10% machten keine Angabe.

Die Hauptverdiener in den Familien der Befragten waren überwiegend einfache, mittlere oder leitende Angestellte (insgesamt 24,9%), 16,2% waren einfache, mittlere oder höhere Beamte, 11,3% waren Selbständige bzw. Geschäftsinhaber, 7,8% waren Arbeiter, 6,3% Freiberufler, 1,5% Landwirte, 1,7% waren Hausmann/-frau. 16,6% der Befragten konnten den Beruf des Hauptverdieners nicht nennen und 13,8% machten keine Angabe dazu.

3.2 Der Fragebogen

Die erste Seite der drei Splitversionen des Fragebogens war identisch. Auf dieser Seite wurde die Zufriedenheit mit der Sprachreise insgesamt und mit den einzelnen Aspekten durch 24 Einzelurteile in Form von Schulnoten abgefragt. Ebenso wurden Daten zur Soziodemographie erfragt und schließlich Angaben zur Gastfamilie und zur Erfahrung mit Sprachreisen bzw. Schulnoten in den Fremdsprachen erhoben.

Die erste Splitversion beschäftigte sich mit der Einstellung der Befragten zur Vereinigung der Europäischen Union und deren praktische Umsetzung. Erfragt wurden auch Affinitäten und Abneigungen gegenüber europäischen Ländern, die subjektive Einschätzung der Beliebtheit der Deutschen unter den Europäern und evtl. erfahrene Ablehnung durch Einheimische während der Sprachreise.

Die zweite Splitversion befaßte sich mit beruflichen Aspekten wie z. B. der Klarheit des Berufsziels, beruflichem Erfolg, Bedeutung von Eigenschaften und Fähigkeiten für beruflichen Erfolg und wie dieselben auf der Sprachreise verbessert werden konnten. Erfragt wurde auch die subjektive Einschätzung der Wichtigkeit einzelner Sprachen für den Beruf und die Gründe, weswegen es den Befragten wichtig erscheint, Sprachen zu lernen.

Die dritte Splitversion befaßte sich mit den Erwartungen bezüglich sprachlicher Verbesserungen, die an die Sprachreise gestellt wurden und inwieweit sich diese erfüllt haben. Außerdem inwieweit Einblick in die Kultur des Gastlandes gewonnen wurde, Sprechanxiety reduziert wurde, ob die Sprachreise als Erfolg oder Mißerfolg gesehen wird.

4. Ergebnisse

4.1 Zufriedenheit, Gastfamilie, Sprachreiseerfahrung und Schulnoten

4.1.1 Gesamturteil und Zufriedenheit mit den einzelnen Aspekten

Zuerst sollte beurteilt werden, wie die Zufriedenheit mit der Sprachreise insgesamt und ihren einzelnen Aspekten war, ausgedrückt wurde dies durch Schulnoten.

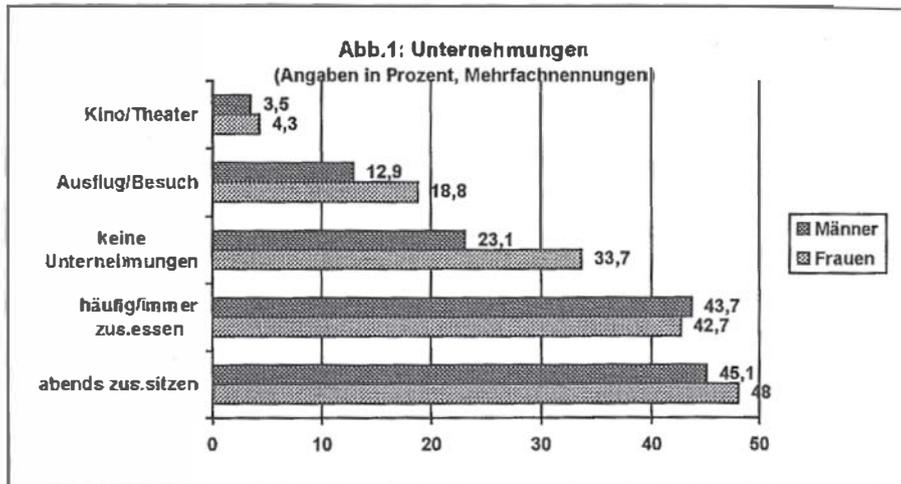
Das Gesamturteil fiel mit 2,1 gut aus, es zeigten sich hierbei keine Alterseffekte, Frauen bewerteten die Reise insgesamt etwas positiver als Männer: 2,1 vs. 2,3. Ebenso werden die Einzelaspekte durchweg von den Frauen etwas positiver bewertet als von den Männern.

Das Urlaubsland wurde im Durchschnitt mit 1,7 bewertet, wobei London mit 1,3 und Malta mit 1,5 die höchsten Wertungen bekamen. Weitere Einzelheiten können Tabelle 1 entnommen werden.

Tabelle 1: Urlaubszufriedenheit n=821 (Auszug, Mittelwerte von Schulnoten)	
Urlaubsland	1,7
Zimmer	2,2
Teamer/in	1,7
Aktionen der Teamer/in	2,1
Sprachlehrer	2,2
Gruppe	2,2
Landschaft	1,7
Strand	2,1
Gastfamilie	1,7

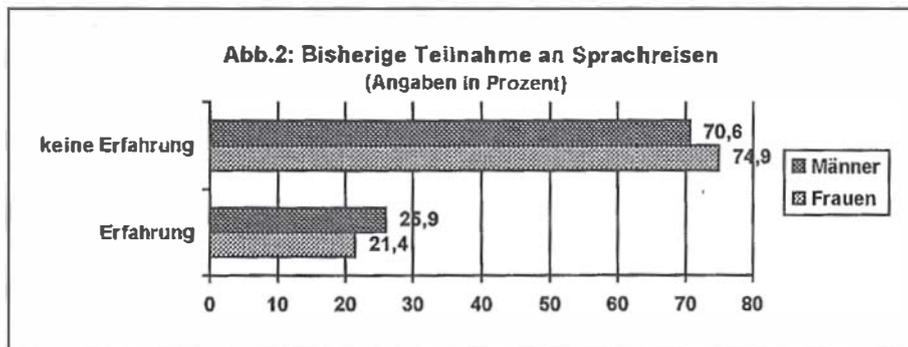
4.1.2 Unternehmungen mit der Gastfamilie

46,4% der Befragten gaben an, abends zusammengeessen zu haben, wobei sich ein Alterseffekt abzeichnet: je älter die Befragten waren, desto häufiger wurde diese Alternative angegeben. 42,9% der Jugendlichen machten die Nennung, häufig oder immer mit der Gastfamilie abends zusammen gegessen zu haben. Immerhin 29,6% der Teilnehmer gaben an, nichts mit der Gastfamilie unternommen zu haben, wobei Frauen dies häufiger angaben als Männer.



4.1.3 Erfahrung mit Sprachreisen

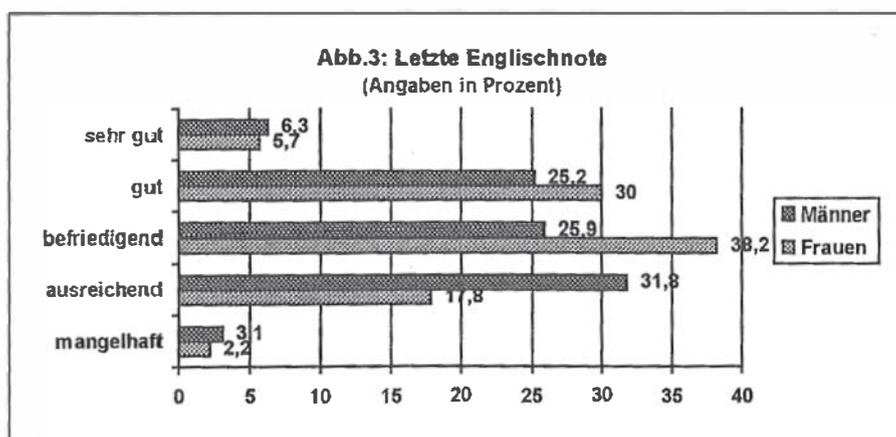
An einer Sprachreise hatte die überwiegende Mehrheit der Befragten noch nicht teilgenommen. Dies legt die Vermutung nahe, daß Sprachreisen als Möglichkeit, die sprachlichen Fähigkeiten zu verbessern, von den meisten Teilnehmern nur einmal genutzt werden. Gründe hierfür könnten neben dem finanziellen Aspekt auch andere Urlaubspläne sein, die dann zeitlich mit einer Sprachreise kollidieren würden, da beides in den Schulferien stattfinden muß.



4.1.4 Letzte Schulnote in Englisch

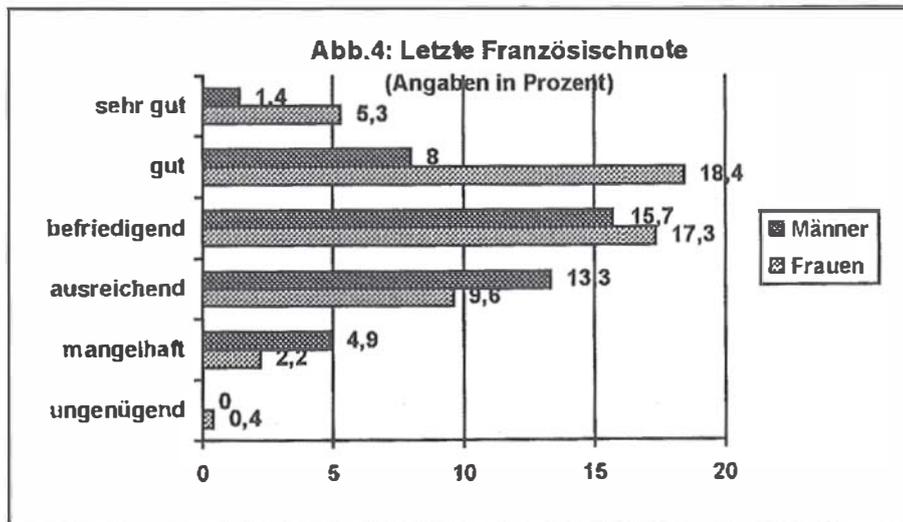
Insgesamt gaben 6% der Befragten „sehr gut“, als letzte Schulnote in Englisch an, gefolgt von „gut“, das von 27,5% der Teilnehmer genannt wurde. 33,5% gaben „befriedigend“ an, 22,9% „ausreichend“ und schließlich 2,7% „mangelhaft“ (7,4% machten keine Angabe). Es ist also bei den Teilnehmern nicht durchweg davon aus-

zugehen, daß die Entscheidung für eine Sprachreise aufgrund einer schlechten Schulnote zustande kommt, sondern, daß auch gute Schüler ihre Kenntnisse vervollständigen wollen. Interessant sind geschlechtsspezifische Differenzen. Die weiblichen Teilnehmer gaben häufiger die Noten gut und befriedigend an, während die männlichen Teilnehmer weitaus häufiger „ausreichend“ als letzte Englischnote angaben.



4.1.5 Letzte Schulnote in Französisch

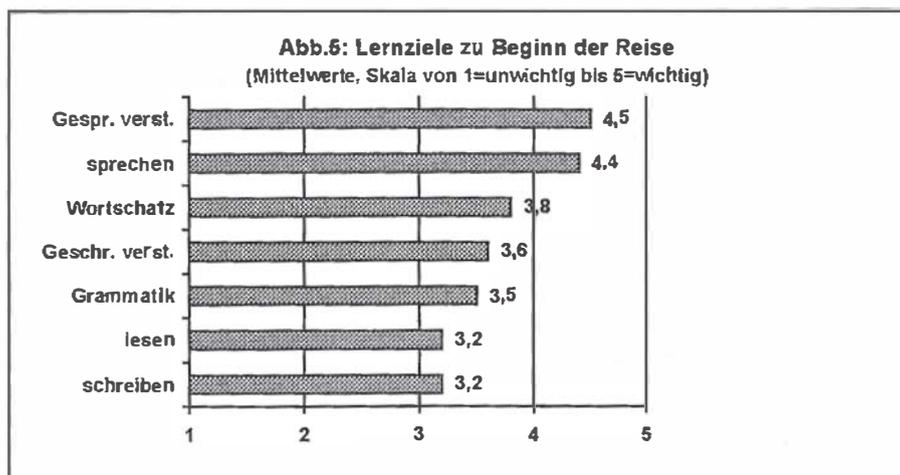
16,8% der Teilnehmer gaben als letzte Französischnote „befriedigend“ an, 14,3% der Befragten nannten „gut“ als letzte Note, 10,7% „ausreichend“, 3,8% sehr gut, 3% „mangelhaft“ und 0,2% „ungenügend“. 51,2% der Befragten machten keine Angabe, was zum einen dadurch zustande kommt, daß die jüngeren Teilnehmer noch keinen Französischunterricht in der Schule haben, zum anderen dadurch, daß z. B. Realschüler auch in höheren Klassen nicht unbedingt Französisch als Fach haben, sondern alternativ dazu auch Hauswirtschaftslehre wählen können. Geschlechtsspezifisch zeigen sich ähnliche Differenzen wie im Schulfach Englisch. Auch in Französisch gaben deutlich mehr Frauen die Schulnoten gut und befriedigend an, während die männlichen Jugendlichen sehr viel häufiger die Note ausreichend angaben. Sie waren auch stärker bei der Schulnote mangelhaft vertreten. Die Schulnote sehr gut wurde wiederum öfter von den Frauen genannt.



4.2 Direkte Wirkungen der Sprachreise

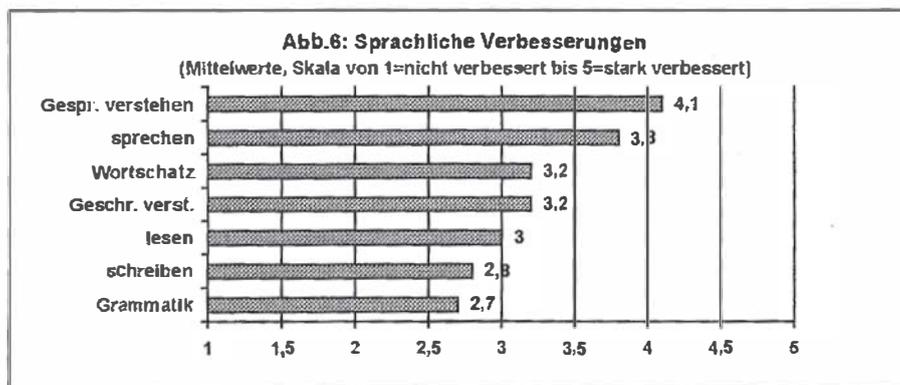
4.2.1 Lernziele zu Beginn der Reise

Erfasst wurden die Vorstellungen der Reiseteilnehmer darüber, welche Verbesserungen sie in der Fremdsprache durch die Sprachreise erreichen wollten. Es gab keine Alterseffekte, die Ziele der Reise sind also durch alle befragten Altersklassen in etwa dieselben. Am wichtigsten war den meisten Befragten, Gesprochenes besser zu verstehen, wobei dieser Aspekt von den Frauen stärker betont wurde als von den Männern. Auf einer Skala von 1=unwichtig bis 5=wichtig bewerteten die Frauen diesen Punkt mit 4,7 während ihn die Männer im Durchschnitt mit 4,2 bewerteten. Ähnlich verhielt es sich auch mit dem zweithäufigst genannten Aspekt, zu lernen, die Fremdsprache zu sprechen: die weiblichen Teilnehmer bewerteten ihn mit 4,6, die männlichen Teilnehmer mit 4,2. In den anderen Erwartungen bezüglich sprachlicher Verbesserungen gab es keine deutlichen geschlechtsspezifischen Unterschiede. Einzelheiten können Abbildung 5 entnommen werden.



4.2.2 Sprachliche Verbesserungen nach der Reise

Es wurde abgefragt, inwieweit sich die unter 4.6. erwähnten Vorstellungen über sprachliche Verbesserungen erfüllt haben. Die drei erstgenannten Verbesserungswünsche, Gesprochenes zu verstehen, die Fremdsprache zu sprechen und den Wortschatz zu vergrößern haben sich erfüllt, sie stehen bei den tatsächlichen Verbesserungen ebenfalls auf den ersten drei Plätzen. Grundsätzlich gaben die männlichen Teilnehmer bei fast allen Aspekten größere Verbesserungen an, als die weiblichen Teilnehmer dies taten. Alterseffekte waren nicht zu verzeichnen.



Gefragt wurde ebenfalls, ob die Teilnehmer ihre Sprachangst reduzieren konnten. 87,5% bejahten dies, 5,1% verneinten, 7,4% machten keine Angaben hierzu. Einen Alterseffekt gab es nicht.

4.2.3 Einblick in die Lebensart und Kultur des Gastlandes

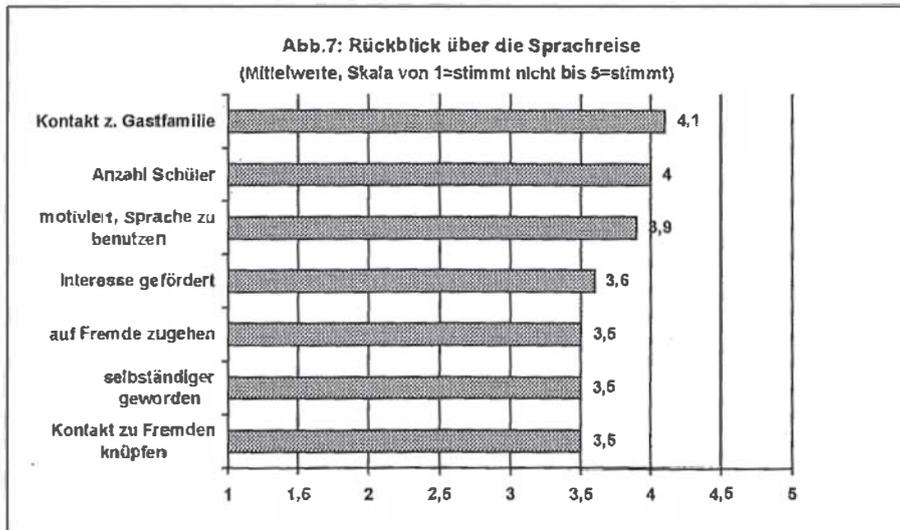
Ob es während der Sprachreise möglich war einen solchen Einblick zu gewinnen, beantworteten 81,5% der Befragten mit ja, 15,2% mit nein. Interessant ist, daß die männlichen Teilnehmer stärker den Eindruck hatten, die Kultur des Landes kennengelernt zu haben als die weiblichen, (vgl. Tab. 2). Evtl. haben die Frauen andere Vorstellungen darüber, was es bedeutet, eine andere Kultur kennenzulernen als die Männer, denen der Einblick, den sie in die Lebensart des Gastlandes hatten, genügt hat, um sich ein Bild von dessen Kultur zu machen.

Tabelle 2: Einblick in Lebensart und Kultur des Gastlandes n=297 (Angaben in Prozent)			
	Total	Frauen	Männer
Einblick bekommen	81,5	78,6	89,5
Keinen Einblick bekommen	15,2	18,1	8,6
Keine Angabe	3,4	3,3	1,9

4.2.4 Rückblick auf die Sprachreise und deren Effekte

Die Teilnehmer wurden befragt, inwieweit sie verschiedenen Aussagen bezüglich ihrer Reise zustimmen können, wobei sie zur Beantwortung eine 5-stufige Skala zur Verfügung hatten: 1 bedeutete „stimmt nicht“, 5 stand für „stimmt“. Sehr zufrieden äußerten sich die Teilnehmer dabei über den Kontakt zur Gastfamilie, sowie über die Anzahl der Schüler im Kurs, die vor allem von den jüngeren Befragten sehr gut beurteilt wurde. Ebenfalls konnte das Umfeld der Reise die Teilnehmer dazu motivieren, die Sprache zu lesen, zu sprechen und anzuwenden. Das Interesse an fremden Ländern generell wurde vor allem bei den jüngeren Befragten gefördert.

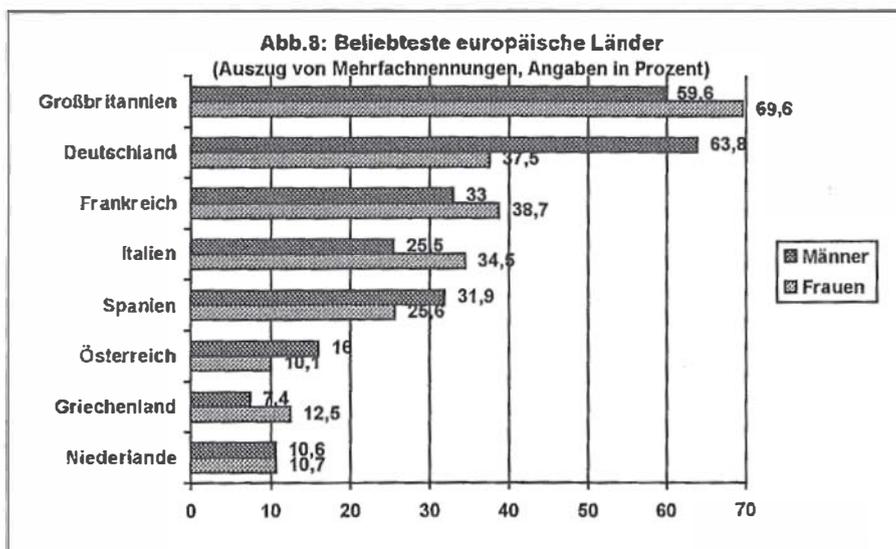
Ebenso hat vor allem die jüngere Altersgruppe gelernt, auf fremde Menschen zuzugehen, selbständiger zu werden und Kontakt zu fremden Menschen zu knüpfen (vgl. Abb. 7).



4.3 Europa und Sprachreisende

4.3.1 Vorlieben für europäische Länder

Die Teilnehmer sollten angeben, welche drei europäischen Länder ihnen am besten gefallen. An der Spitze stand Großbritannien mit 65,2%, gefolgt von Deutschland mit 47,2%, Frankreich mit 37,1%, Italien mit 31,8% und Spanien mit 27,7%. Österreich steht dahinter mit 12,4%, Griechenland mit 11,2% und die Niederlande mit 10,9%. Bei fast allen Nennungen gab es geschlechtsspezifische Differenzen, die Abbildung 8 entnommen werden können.

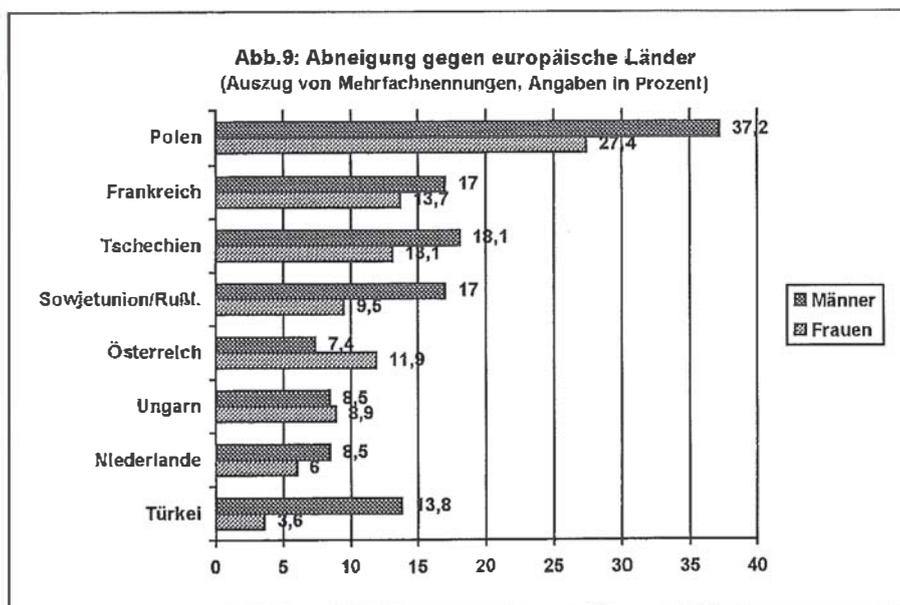


4.3.2 Abneigungen gegen europäische Länder

Erfaßt wurden neben den am meisten gemochten europäischen Ländern (siehe 4.10.) ebenfalls die drei europäischen Länder, die den Befragten am wenigsten gefallen.

An der Spitze standen Polen mit 31,1%, Frankreich mit 14,6%, Tschechien mit 14,6%, die Sowjetunion bzw. Rußland mit 12,4% und Österreich mit 10,1%. Dann folgten Ungarn mit 8,6%, die Niederlande mit 7,1% und die Türkei mit 7,1%.

Die deutliche Spitzenstellung des Landes Polen läßt den Rückschluß zu, daß Vorurteile gegen diesen deutschen Nachbarn offensichtlich stark vertreten sind, vor allem bei den jüngeren Befragten, da diese Altersgruppe das Land am häufigsten nannte. Ebenso nennen Männer es häufiger als Frauen. Einzelheiten zu den geschlechtsspezifischen Differenzen können Abbildung 9 entnommen werden.

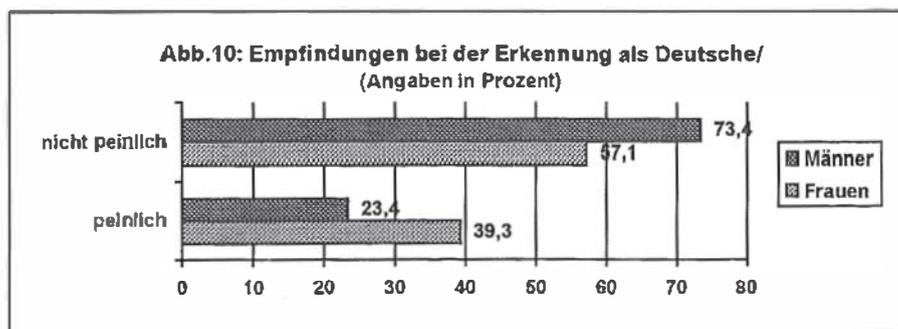


4.3.3 Selbstbild als Deutsche

Die Frage, ob es manchmal peinlich wäre, auf Reisen als Deutsche/erkannt zu werden, beantworteten 62,9% der Teilnehmer mit nein und immerhin 33,7% mit ja. 3,4% machten hierzu keine Angabe. Die jüngeren Befragten verneinten die Frage am häufigsten, während mit zunehmendem Alter die Antwort „ja“ zunahm. Dieser Alterscffekt läßt sich zum Teil mit den genannten Gründen erklären, weswegen es manchmal peinlich ist, als Deutsche/erkannt zu werden. Hier wurde am häufigsten

der Themenkreis zweiter Weltkrieg und Nationalsozialismus genannt, gefolgt von der Ansicht, daß Vorurteile gegenüber Deutschen bestehen, Deutsche ausländerfeindlich wären und sich einige Deutsche danebenbenehmen. Mit diesen Begründungen dürften sich die jüngeren Befragten noch nicht so häufig auseinandergesetzt haben, was zu oben genanntem Alterseffekt führt.

Bei der Beantwortung der Frage bestehen außerdem geschlechtsspezifische Differenzen, die Abbildung 10 entnommen werden können.



4.3.4 Vermutete Beliebtheit der Deutschen bei den Europäern

Bei der Frage, wie stark die einzelnen europäischen Länder die Deutschen mögen, wurden die Italiener, die Schweizer, die Spanier und die Österreicher so eingeschätzt, daß sie die Deutschen am meisten mögen, gefolgt von den Griechen und Dänen. Ganz hinten in der Einschätzung stehen die Engländer. Bei der Beantwortung dieser Frage stand eine fünfstufige Skala von 1 = „gar nicht mögen“ bis 5 = „sehr gern mögen“ zur Verfügung, wobei der höchste vergebene Durchschnittswert bei 3,4 lag. Diese mäßige Einschätzung der Beliebtheit der Deutschen als Volk paßt zu den Ergebnissen, daß es Deutschen zum Teil unangenehm ist, als solche erkannt zu werden (siehe 4.12.).

4.3.5 Ablehnung durch Einheimische

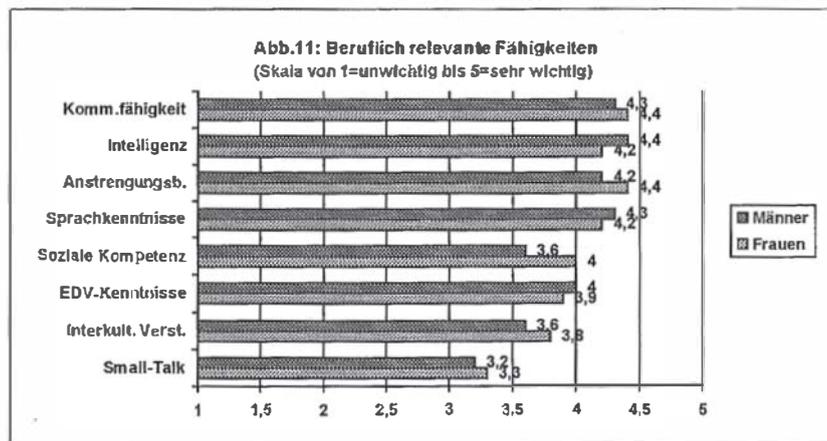
62,5% der Befragten hatten nicht die Erfahrung gemacht, von den Einheimischen abgelehnt worden zu sein, weil sie aus Deutschland kommen. 30,3% gaben an, daß ihnen die Einheimischen aus diesem Grund distanziert begegnet waren bzw. sie von ihnen abgelehnt wurden. Hier fühlte die jüngere Altersgruppe wiederum weniger Ablehnung als die Älteren. Als Gründe für die Ablehnung wurde die damals aktuelle Fußball-Europameisterschaft und bestehende Vorurteile gegenüber Deutschen genannt.

4.4 Berufliche Zukunft und Sprachreisende

4.4.1 Subjektive Einschätzungen der Voraussetzungen für beruflichen Erfolg

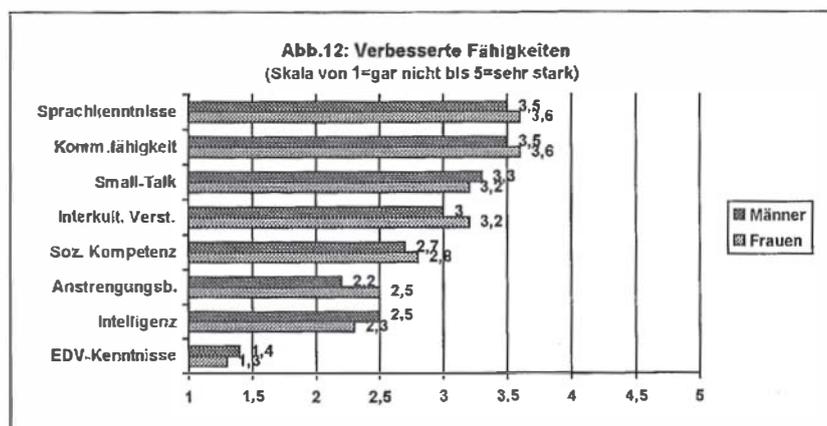
Die formulierte Frage lautete: „Was glaubst Du, wie wichtig die folgenden Merkmale, Eigenschaften oder Fähigkeiten sind, um beruflich erfolgreich zu sein?“

Als wichtigste Eigenschaft wurde Kommunikationsfähigkeit genannt, gefolgt von Anstrengungsbereitschaft, Intelligenz, Sprachkenntnissen, sozialer Kompetenz, die vor allem von den Frauen hoch bewertet wurde, EDV-Kenntnissen, interkulturellem Verständnis und Small-Talk. Einzelheiten können Abbildung 11 entnommen werden.



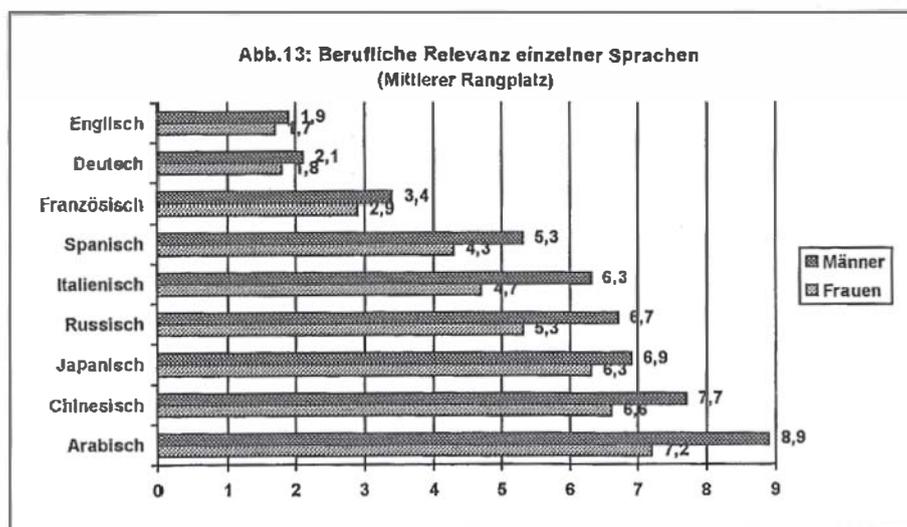
4.4.2 Verbesserungen der beruflich relevanten Fähigkeiten

Die am meisten verbesserten Fähigkeiten waren Kommunikationsfähigkeit und Sprachkenntnisse gefolgt von Small-Talk, interkulturellem Verständnis, sozialer Kompetenz, Anstrengungsbereitschaft, Intelligenz und EDV-Kenntnissen. Abbildung 12 zeigt Einzelheiten dazu.



4.4.3 Subjektive Einschätzung der Wichtigkeit von Sprachen im Beruf

Die Teilnehmer sollten einschätzen, wie wichtig später einzelne Sprachen für sie im Beruf sein werden und für diese Plätze vergeben. Insgesamt stand Englisch an der Spitze, gefolgt von Deutsch, Französisch, Spanisch, Italienisch, Russisch, Japanisch, Chinesisch und schließlich Arabisch. Es gab deutliche geschlechtsspezifische Differenzen, die Abbildung 13 entnommen werden können.



5. Diskussion

Das Ziel der vorliegenden Studie war, die Qualität einer Sprachreise für Jugendliche zu überprüfen, sowie grundsätzliche Erkenntnisse über das Sprachreisen zu gewinnen. Erfragt wurden in diesem Zusammenhang nicht nur sprachliche Aspekte, wie z. B. gewünschte Verbesserungen und tatsächliche sprachliche Verbesserungen nach der Reise, sondern ebenfalls nicht-sprachliche Erfahrungen (qualitative Aspekte) während der Reise, wie z. B. evtl. Ablehnung durch Einheimische, Einblick in die Kultur des Urlaubslandes, Unternehmungen mit der Gastfamilie. Erfasst wurden außerdem Einstellungen gegenüber einzelnen europäischen Ländern und Vorstellungen über berufsrelevante Faktoren.

Die Zufriedenheit mit der Sprachreise insgesamt fiel gut aus. Ebenso deckten sich die sprachlichen Erwartungen mit den tatsächlichen Verbesserungen.

Die Teilnehmer hatten offenbar ein gutes Verhältnis zu ihren Gastfamilien. Es war fast bei allen Familien üblich, daß die Jugendlichen abends mit ihren Gastfamilien zusammensaßen und sich unterhielten, was dazu beitrug, Hemmungen bzgl. der Fremdsprache abzubauen.

Im Zusammenhang mit den erfaßten Vorlieben bzw. Abneigungen gegen europäische Länder wäre es interessant, genauer zu erforschen, wie die angegebenen Wertungen zustande kommen; daß Großbritannien als das beliebteste Land genannt wird, könnte man evtl. mit Dissonanzreduktion nach Entscheidungen erklären, (Festinger, 1957). Aber weshalb wird Polen am meisten abgelehnt? Wie kommen Abneigungen zustande? Welche Vorurteile und Erfahrungen gehen in die Wertschätzungen mit ein, und wie kommen die deutlichen geschlechtsspezifischen Differenzen zustande?

Weitere Forschungsbemühungen wären ebenfalls interessant, um Erklärungen dafür zu finden, warum es den weiblichen Teilnehmern deutlich häufiger als den männlichen auf Reisen manchmal peinlich ist, als Deutsche/r erkannt zu werden.

Insgesamt ist von Bedeutung, daß die Teilnehmer einer Sprachreise völlig unterschiedliche Noten in der Fremdsprache haben, es entscheiden sich sowohl sehr viele gute Schüler aus sprachlichem Interesse für eine solche Sprachreise als auch schlechtere Schüler, denen es darum geht, ihre Schulnoten zu verbessern. Es erscheint wichtig, diese Heterogenität der Teilnehmer bei der Konzeption einer Sprachreise zu berücksichtigen.

Mit dem Hintergrund eines zusammenwachsenden Europas, halten die befragten Jugendlichen Sprachkenntnisse für sehr bedeutsame Fertigkeiten, um beruflichen Erfolg zu erlangen. Betrachtet man dieses Ergebnis als repräsentativ für die Altersklasse der Jugendlichen, werden Sprachreisen auch in Zukunft relevant sein und bleiben, um sich auf dem Gebiet der Fremdsprachen fit zu machen und direkte Erfahrungen mit der Fremdsprache zu sammeln.

6. Literatur

Braun, O.L. (1997): Ost-West-Unterschiede und Urlaubszufriedenheit bei Sprachreisen. Gruppendynamik, im Druck.

Festinger, L. (1957): A theory of cognitive dissonance. Evanston, Ill.: Row, Peterson.

Anschrift der Verfasser: Susanne Wörz und Dr. Ottmar Braun, c/o Universität Koblenz-Landau, Fachbereich 8: Psychologie, Arbeits-, Betriebs- u. Organisationspsychologie, Im Fort 7, D-76829 Landau

Wörz, S./Braun, O.: Sozialpsychologische Aspekte bei jugendlichen Sprachreisen: Urlaubszufriedenheit, Reisewirkungen, Europa und berufliche Zukunft. In: SPEKTRUM FREIZEIT, 19. Jg., Heft 1/1997, S. 178ff.