

Der Wunsch nach "Natur" in der Freizeit = Le désir de la "nature" dans les loisirs = The desire for "Nature" in one's leisure time

Autor(en): **Meyrat-Schlee, Ellen**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Anthos : Zeitschrift für Landschaftsarchitektur = Une revue pour le paysage**

Band (Jahr): **35 (1996)**

Heft 2: **Freizeit, Erholung, Landschaft = Loisirs et paysage = Leisure, Recreation, Landscape**

PDF erstellt am: **16.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-137802>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Der Wunsch nach «Natur» in der Freizeit

Ellen Meyrat-Schlee, Soziologin,
Planerin BSP, Büro Z, Zürich

Für einen grossen Teil der Bevölkerung sind Natur und Landschaft ein wichtiges Motiv, die Freizeit ausser Haus zu verbringen. Die neue «Erlebnisgeneration» hat andere Vorlieben: sie sucht Erlebnis und Genuss. Zeichnen sich hier gegenläufige Trends ab?

Der Begriff der Freizeitgesellschaft, in der statt Pflicht und Zwang, Überfluss und Freiheit herrschen, erweist sich beim näheren Hinsehen als utopisches Gesellschaftsbild. Zwar hat die freie Zeit des heutigen Menschen objektiv zugenommen – im Durchschnitt verfügt ein(e) berufstätige(r) Schweizer(in) über rund vier Stunden Freizeit pro Tag¹ –, aber angesichts der aktuellen Entwicklungstendenzen auf dem Arbeitsmarkt zeichnet sich ein etwas düsteres Bild ab: auf der einen Seite diejenigen mit wenig, aber legitimer Freizeit, und auf der anderen Seite der wachsende Anteil unfreiwilliger Freizeitmenschen. Obwohl die Voraussetzungen für Freizeitaktivitäten, nämlich Zeit und Geld, heute nicht mehr einer kleinen sozialen Gruppe vorbehalten, sondern auf alle verteilt sind, werden «ökonomische Ungleichheiten im Freizeitmarkt» sichtbar. Der allgemeine Bedeutungszuwachs der Freizeit gilt daher nicht für alle sozialen Gruppen gleichermaßen.

Wieweit sich diese Entwicklung auf eine Verschiebung der Freizeitbedürfnisse und -aktivitäten auswirkt, ist schwer abzuschätzen. Denn gerade die neue «Erlebnisgeneration» – die 14–29-Jährigen – ist unter den Prämissen von Freizeit, Wohlstand und Mobilität aufgewachsen und fordert deren Aufrechterhaltung quasi als Anspruch ein. Ihre Wünsche stehen aber im Widerspruch zu ihren finanziellen Möglichkeiten, denn diese Gruppe befindet sich am unteren Ende der Einkommensskala. Freiwilliger Verzicht scheint für sie vorläufig kein Thema zu sein. Vielmehr ist Freizeit für sie gleichbedeutend mit Erlebniskonsum. Und in einer Gesellschaft, in der die Genussorientierung des Lebens zunimmt, sind Aktivitäten, die diesen Genuss ermöglichen, legitim.

Gehört die beschauliche Betrachtung einer Landschaft und der «Natur» zu denjenigen Freizeitbeschäftigungen, die den Wunsch nach «Erlebnis» und «Genuss» dieser Generation befriedigen?

Le désir de la «nature» dans les loisirs

Ellen Meyrat-Schlee, sociologue,
planificatrice BSP, Büro Z, Zurich

Pour une grande partie de la population, la nature et le paysage constituent un mobile important pour passer son temps libre en plein air. La nouvelle «génération du vécu personnel» a d'autres préférences: elle recherche l'expérience et la jouissance. Voit-on là se dessiner des tendances contradictoires?

A y regarder de plus près, l'idée de société des loisirs où le devoir et la contrainte seraient remplacés par l'abondance et la liberté donne une image utopique de la société. Il est vrai qu'à notre époque, le temps libre a objectivement augmenté: en moyenne, un(e) Suisse qui travaille dispose de près de quatre heures de loisirs par jour¹; mais les tendances actuelles sur le marché du travail montrent un tableau légèrement plus sombre: d'un côté, on trouve ceux qui ont peu de temps libre, mais dont les loisirs sont légitimes, et de l'autre, un nombre croissant de personnes désœuvrées, mais qui ne l'ont pas choisi. Bien qu'aujourd'hui, les deux conditions à remplir pour avoir des loisirs, à savoir le temps et l'argent, ne soient plus réservées à un petit groupe social, mais répartis de manière plus équitable entre tous, des «déséquilibres économiques» se manifestent sur le marché des loisirs. La croissance générale de l'importance des loisirs ne se fait donc pas de manière égale pour tous les groupes sociaux.

Dans quelle mesure cette évolution se traduit-elle par un déplacement des besoins et des activités de loisirs? Il est difficile de le dire. Car c'est précisément la nouvelle «génération du vécu personnel», les jeunes de 14 à 29 ans, qui ont grandi sous les prémisses du temps libre, de la prospérité et de la mobilité, et qui revendiquent leur préservation quasiment comme un droit.

Mais leurs désirs sont en contradiction avec leurs possibilités financières, car ce groupe se trouve au bas de l'échelle des revenus. Ils ne semblent pas, pour l'instant, accepter de renoncer volontairement à leurs loisirs. Au contraire, ils assimilent les loisirs à une consommation d'expérience. Et dans une société qui s'oriente de plus en plus sur la jouissance de la vie, les activités qui permettent cette jouissance ont un caractère légitime.

The desire for «Nature» in one's leisure time

Ellen Meyrat-Schlee, Sociologist,
Planner BSP, Büro Z, Zurich

For a large part of the population, nature and countryside are an important motive for spending one's leisure time out of doors. The new «experience generation» has other preferences: it is looking for experience and enjoyment. Are contradictory trends beginning to emerge here?

The term leisure society in which abundance and freedom rule instead of obligation and coercion turns out to be a utopian social image on closer inspection. The leisure time available to people nowadays has, it is true, objectively increased – on average a Swiss with a job has over four hours of leisure per day¹ – but in view of the current trends of development in the labour market, a somewhat gloomier picture is emerging: on the one hand those with little but legitimate leisure, and on the other the growing ratio of people with involuntary leisure. Although the two prerequisites for leisure activities, namely time and money, are nowadays no longer restricted to a small social group, but are distributed more equally among all groups, «economic inequalities in the leisure market» are becoming apparent. The general growth in the importance of leisure thus does not apply equally for all social groups.

It is very difficult to estimate how far this development has an effect on any shift in leisure requirements and activities. Because precisely the new «experience generation» – the 14–29 year-olds – has grown up under the premises of leisure, affluence and mobility, and demands that they be maintained almost virtually as a right.

However, their wishes contradict their financial possibilities, because this group is at the lower end of the income scale. Voluntary renunciation does not appear to be a matter for discussion for them at the moment, rather, leisure is for them tantamount to consumption of experience. And in a society in which the pleasure orientation of life is increasing, those activities which make this pleasure possible are legitimate.

Does the meditative contemplation of a landscape and «nature» count among those leisure activities which satisfy this generation's wish for «experience» and «pleasure»?

Bei den empirischen Untersuchungen über Freizeitpräferenzen fällt auf, dass «Landschaft» an sich als Wert nicht auftaucht. Landschaft wird subsummiert unter «Natur» oder «ins Grüne gehen/fahren» oder steht in Zusammenhang mit Wandern und Reisen. Weiter fällt auf, dass Natur/Grün als Motiv oder Grund, die Freizeit ausser Haus zu verbringen, einen hohen Stellenwert hat. In einer Untersuchung in der Deutschschweiz von 1990² steht die Begründung «Ich bin gerne in der Natur draussen und mache gerne Wanderungen und Ausflüge» an erster Stelle und ist für knapp die Hälfte der Befragten ausschlaggebend, in der Freizeit von zu Hause fort zu sein. Eine andere Untersuchung unter Erwerbstätigen im Raum Winterthur³ ergibt, dass «Ins Grüne gehen (spazieren, wandern)» ebenfalls für gut ein Drittel der Befragten zu den wöchentlichen Freizeitaktivitäten gehört, mehr noch, fast ebenso viele «möchten das mehr tun». (Dass diese Freizeitbeschäftigung erst auf Platz 3 nach «Sport, Fitness, Bewegung» und «Kontakte» genannt wird, hat mit der speziellen Gruppe von Befragten zu tun.) Soweit ein paar generelle Anhaltspunkte. Aufschlussreich im Hinblick auf die oben gemachten Überlegungen ist eine nähere Betrachtung der Ergebnisse. Es zeigt sich nämlich, dass die Naturliebe und -verbundenheit alters- und geschlechtsspezifisch und auch einkommensabhängig ist: Frauen fühlen sich häufiger als Männer zur Natur hingezogen, und mit dem Alter der Befragten nimmt der Wunsch zu, in der Freizeit in der Natur zu sein. Junge Menschen (15–29jährige) dagegen sind weniger auf «Natur» ausgerichtet, nurmehr ein Drittel von ihnen ver-

La contemplation d'un paysage et de la «nature» fait-elle partie des occupations de loisirs qui satisfont le désir d'«expérience» et de «jouissance» de cette génération?

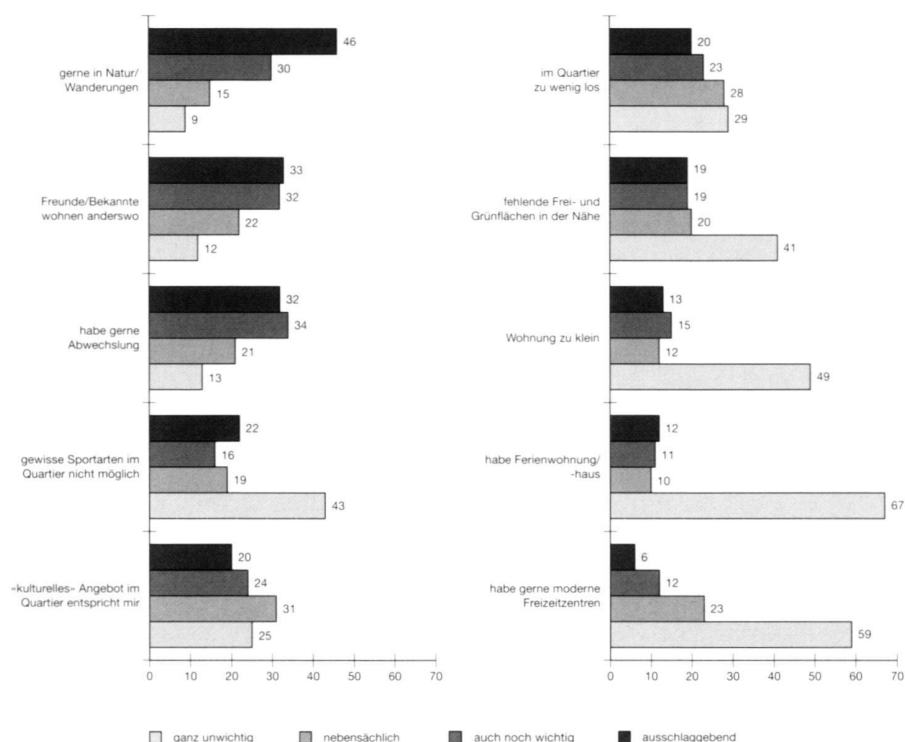
Les enquêtes empiriques portant sur les loisirs favoris ne font pas ressortir «le paysage» comme une valeur en soi. Le paysage est inclus dans les notions de «nature» ou de «promenade en plein air» ou est mis en rapport avec les excursions et les voyages. On se rend également compte que la nature/le plein air occupent une place importante comme mobile ou raison de passer son temps libre hors de chez soi. Dans une enquête réalisée en Suisse alémanique en 1990², la justification «j'aime être dehors et faire des excursions ou des promenades dans la nature» arrive en première position et est citée par pratiquement la moitié des personnes interrogées pour expliquer pourquoi ils sortent de chez eux pendant leur temps libre. Une autre enquête effectuée parmi les personnes exerçant une activité lucrative dans la région de Winterthur³ fait ressortir que «le fait d'aller en plein air (se promener, excursionner)» fait partie des activités de loisirs hebdomadaires pour plus d'un tiers des personnes interrogées, et de surcroît, que presque autant de personnes «souhaiteraient le faire plus souvent». (Le fait que cette activité de loisirs n'est citée qu'en troisième position après «le sport, l'exercice physique et le mouvement» et «les contacts humains» tient aux caractéristiques spécifiques du groupe interrogé). Voilà pour les quelques considérations générales. Au vu des réflexions faites plus haut, il est utile de procéder à un examen plus poussé des résultats. Il

In empiric studies of leisure preferences, it is noticeable that «landscape» as such does not crop up as a value. Landscape is subsumed under «nature» or «travel/walk into the country» or is linked with hiking and travelling. It is also noticeable that nature/green as a motive or reason for spending one's leisure out of doors has a high status. In a study in German-speaking Switzerland in 1990², the reason «I like being out in nature and enjoy hikes and excursions» took first place, and for nearly half of those interviewed it was crucial to be away from home during one's leisure. Another study among employed persons in the Winterthur area³ shows that «going (strolling, hiking) into country» is also part of the weekly leisure activities for some one third of those interviewed, even more, almost equally many «would like to do more of it». (The fact that this leisure activity is only mentioned in third place after «Sport, fitness, movement» has to do with the special group of those interviewed).

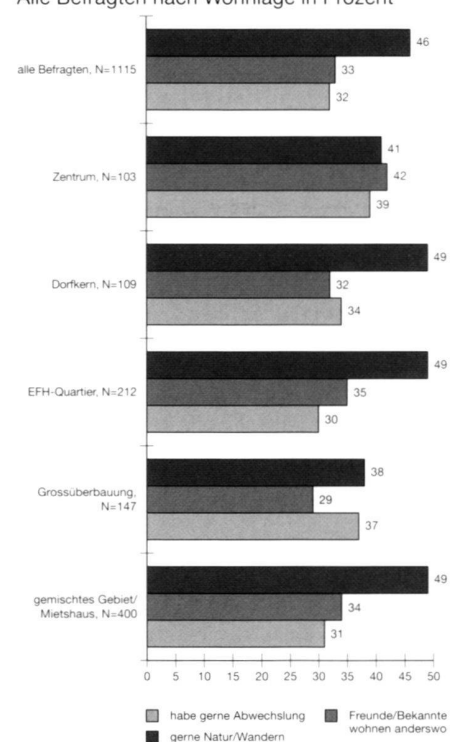
So much for a couple of general clues. What is revealing in view of the reflections made above is a closer examination of the results. It turns out namely that love of nature and closeness to nature are specifically linked to age and sex, and are also dependent on income: women feel themselves drawn to nature more frequently than men, and with increasing age, the interviewees' wish also grows to be in the freedom of nature. Young people (15–29 year-olds) on the other hand are less oriented towards «nature», only a third of them spend their leisure hiking – playing sports and cultivating contacts with acquaintances are more important for them in their leisure. But most impor-

Ausschlaggebende Gründe, die Freizeit auswärts zu verbringen² Raisons déterminantes pour passer ses loisirs hors de chez soi² Crucial reasons for spending one's leisure away from home²

Alle Befragten in Prozent der betreffenden Begründung, N = 1115



Nennungen «das ist ausschlaggebend». Alle Befragten nach Wohnlage in Prozent



bringt die Freizeit wandernd – Sport treiben und Kontakte mit Bekannten pflegen, sind für sie in der Freizeit wichtiger. Am wichtigsten ist aber für sie die Abwechslung: «Ich habe gerne Abwechslung» gibt knapp die Hälfte von ihnen an². Also doch die neue «Erlebnisgeneration»?

Der Wunsch nach Landschaft, nach unversehrter Natur sei ein Bedürfnis, so wird argumentiert, das als Kompensation und Ausgleich zu unwirtlichen städtischen Lebenswelten gedeutet werden kann oder muss. (Daher dann auch die Bestrebungen, das nähere Wohnumfeld «grüner» zu gestalten, um so die Bewohnerschaft von Mobilität erzeugenden Ausflügen ins Grüne abzuhalten.) Die Ergebnisse der zitierten Untersuchung² widerlegen die Kompensationsthese und weisen darauf hin, dass der Wunsch nach Natur (und wohl auch Landschaft) eher ein generelles zivilisatorisches Bedürfnis ausdrückt: denn ganz unabhängig davon, ob die Befragten in einem Dorf, einem Einfamilienhausquartier, einer Grossüberbauung oder einem Mischgebiet wohnen, für die Hälfte von ihnen steht als Freizeitbeschäftigung die Naturliebe und das Wandern an erster Stelle. Bewohner von Zentren (darunter viele Jüngere) setzen die «Natur» aber erst an zweite Stelle in der Freizeit.

Dass das Naturerlebnis bei Reisen eine wichtige Rolle spielt und sogar den eigentlichen Reisezweck darstellen kann, nützen die Anbieter von «Erlebnisreisen» gezielt aus und bringen damit zwei Bedürfnisse zur Deckung: die Erbauung angesichts der Natur und den Wunsch nach Neuem, Sensationellem – das Erlebnis. Bei den Reisemotiven steht das «Naturerlebnis» jedoch nach «Auftanken», «Zeit haben», «Abwechslung» usw. erst an achter Stelle der Motive und korreliert mit dem «regenerativen Faktor»⁴. Eine Instrumentalisierung von Natur und Landschaft auch hier?

Die Autoren der erwähnten Studie kommen bei der Zuordnung unterschiedlicher Freizeitstile zu Lebenssituationen und sozialer Lage zu folgendem Schluss: «Die vorhandenen Zusammenhänge deuten jedoch darauf hin, dass die Naturorientierung tendenziell mit einem leicht tieferen Bildungsniveau und einer tieferen sozialen Lage, einem tiefem Haushaltseinkommen und einer tendenziell negativeren Arbeitsorientierung einhergehen.»⁴

Möglich, dass der Wunsch nach Natur als Anlass für Kontemplation und Ruhe etwas aus der Mode kommt.

Literatur

¹ Lükking J., Meyrat-Schlee E.: Perspektiven des Freizeitverkehrs. Teil 1: Determinanten und Entwicklungen. Bundesamt für Strassenbau, Bd. 331, Bern 1994.

² Meyrat-Schlee E.: Mobil sind die anderen. Wohnqualität, Quartierleben und Sesshaftigkeit. ORL-Bericht 87/1993, Zürich vdf 1993.

³ Lamprecht M., Stamm H.: Arbeit, Freizeit, Sport und Reisen. Sonderdruck Soziologisches Institut der Universität Zürich, Zürich 1993 a.

⁴ Lamprecht M., Stamm H.: Die soziale Ordnung der Freizeit. Seismo Verlag Zürich 1993 b.

s'avère en effet que l'amour de la nature et la proximité d'avec la nature sont liés à l'âge et au sexe ainsi qu'au revenu: les femmes se sentent attirées par la nature plus souvent que les hommes, et le désir de passer ses loisirs dans la nature augmente avec l'âge des personnes interrogées. En revanche, les jeunes (de 15 à 29 ans) se sentent moins «orientés» vers la nature, seulement un tiers d'entre eux consacre ses loisirs à faire des randonnées: il est plus important pour eux de faire du sport et d'entretenir des contacts humains pendant leurs loisirs. Mais ce qui compte par-dessus tout pour eux, c'est le changement: «j'aime le changement» est une réponse indiquée par près de la moitié d'entre eux². N'est-ce pas là la «génération du vécu personnel»?

On prétend que l'amour du paysage et d'une nature intacte est un besoin qui peut, voire doit être interprété comme une compensation et un équilibrage par rapport à des univers citadins peu hospitaliers. (D'où également les efforts pour aménager de manière «plus verte» l'environnement immédiat des habitations, afin ainsi de dissuader les habitants d'aller excursionner dans la nature.) Les résultats de l'enquête citée réfutent la thèse de la compensation et montrent que le désir de la nature (et sans doute aussi du paysage) exprime plutôt un besoin civilisationnel général; car indépendamment de savoir si les personnes interrogées habitent un village, un quartier de villas individuelles, un immeuble à habitations multiples ou une zone mixte, pour la moitié d'entre elles, l'amour de la nature/la promenade arrive en première position comme occupation de loisirs. En revanche, la «nature» n'arrive qu'en deuxième position dans les loisirs des habitants de centres (dont de nombreux jeunes).

Le fait que l'expérience de la nature lors des voyages joue un rôle important, et puisse aller jusqu'à représenter le but même du voyage, est utilisé délibérément par ceux qui proposent des «voyages d'aventure» couvrant ainsi un double besoin: l'édification face à la nature, et le désir de nouveauté, de sensationnel: l'expérience, le vécu. Toutefois, dans les mobiles de voyages, «l'expérience de la nature» arrive après «se ressourcer», «prendre son temps», «le changement», etc. et seulement en huitième position des mobiles cités, en corrélation avec le «facteur de régénération»⁴. Assiste-t-on ici aussi à une instrumentalisation de la nature et du paysage?

En mettant en corrélation les divers styles de loisirs et les diverses situations de vie et conditions sociales, les auteurs de l'étude susmentionnée parviennent à la conclusion suivante: «Les rapports existants indiquent toutefois que l'orientation vers la nature a tendance à aller de pair avec un niveau d'instruction légèrement moins élevé, de faibles revenus pour le ménage et une attitude généralement plus négative face au travail.»⁴ Peut-être le désir de la nature en tant qu'occasion de calme et de contemplation est-il légèrement en train de passer de mode.

tant for them is «change»: «I like a change», nearly half of them state². So are they really the new «experience generation»?

The desire for landscape, for unspoilt nature is a need, it is argued, that can and must be interpreted as compensation for inhospitable urban living worlds. (Hence then also the endeavours to design the more immediate living surroundings «greener» in order to discourage the residents from making excursions into the country made possible by mobility.) The results of the study quoted² contradicted the compensation theory and indicate that the desire for nature (and probably also landscape) expresses rather a general civilizationary need: because quite independently of whether the interviews lived in a village, a single-family house district, a large estate or a mixed area, for half of them love of nature/hiking took first place as a leisure activity. Residents in centres (including many younger ones), however, only put «nature» in second place in their leisure.

Companies offering «adventure journeys» deliberately exploit the fact that experiencing nature when travelling plays an important role and may represent the real reason for travelling, and thus bring two needs to coincide: the edification in view of nature and the desire for something new, sensational – the experience. However, «experience nature» is only in eighth place among the motives for travel after «recharge one's batteries», «have time», «change», etc., and correlates with the «regenerative factor»⁴. Is there an instrumentalisation of nature and landscape here too?

The authors of the study mentioned come to the following conclusion in their allocation of differing leisure styles to living situations and social position: «The existing links indicate, however, that the orientation towards nature tends to be linked with a slightly lower level of education and a lower social level, a lower household income and what tends to be a more negative orientation towards work.»⁴

It is possible that the desire for nature as a cause for contemplation and peace will go out of fashion a bit.