

Paul Löhr (Hrsg.): Arbeitslose Jugendliche - eine Zielgruppe für Fernsehen und Hörfunk?- München, New York, London, Paris: Saur 1985, 157 S., DM 36,-

"Ich muß gucken, daß ich selber Arbeit finde. Und wenn ich mir dann noch Sendungen über Arbeitslose angucke, dann wird man ja nur deprimiert, wenn man hört, wie viele arbeitslos sind. Und dann zeigt man die Arbeitsämter, wo die ganzen Leute auf der Bank rumsitzen - da wird man ja selber deprimiert. Und deshalb höre ich mir nur Radio Luxemburg an, da hört man nichts über Arbeitslosigkeit, da hört man fröhliche Stimmen und die Leute machen Blödsinn."

Dieser Kommentar eines arbeitslosen Jugendlichen (S. 115) ist symptomatisch für die 76 Befragten. Hörfunk und Fernsehen sind für die 14- bis 25-jährigen Arbeitslosen vor allem Unterhaltungsmedien. Brauchbare Informationen zur Beseitigung der Arbeitslosigkeit werden erst gar nicht erwartet. Hilfe - so die Betroffenen - kann allenfalls von regionalen und lokalen Hörfunksendungen kommen, denn nur sie können auf direkte finanzielle Unterstützungsmöglichkeiten verweisen, Adressen von Beratungsstellen und Selbsthilfegruppen veröffentlichen, eine Jobbörse eröffnen und dergleichen mehr.

In diesem Forschungsbericht kommen jedoch nicht nur die Arbeitslosen selbst zu Wort, sondern auch deren Lebenspartner (Eltern, Freunde), Jugendexperten und Hörfunk- und Fernsehredakteure. Auch wenn die Skepsis gegenüber einer unmittelbaren Verwertbarkeit von elektronisch vermittelten Informationen bei allen Gruppen sehr groß zu sein scheint und alle gleichermaßen für verständliche Sprache, Unterhaltungselemente und mehr Authentizität in Programmen für Arbeitslose plädieren, so gibt es doch deutliche Diskrepanzen zwischen dem, was

ein Teil der Jugendlichen und ihre Bezugspersonen wünscht (z.B. Bekanntmachung von offenen Stellen) und dem, was die öffentlich-rechtlichen Sender leisten können (für Stellenvermittlung ist ja das Arbeitsamt zuständig).

Die von SINUS konzipierte/durchgeführte und von Paul Löhr herausgegebene Studie ist eher qualitativer als quantitativer Art, obgleich sie auch Daten zur Mediennutzung von arbeitslosen Jugendlichen enthält. Aus mindestens zwei Gründen sind bei der Fragestellung dieses Buchs Gruppendiskussionen und Interviews standardisierten Fragebögen vorzuziehen. Zum einen liegen in Europa kaum Arbeiten zum Thema 'Arbeitslose Jugendliche und Medien' vor (es ist wirklich erstaunlich, wie wenig sich die deutschen Studien zur Medieneinschätzung - wie etwa die von Buß, Horn, Berg/Kiefer oder Bonfadelli - mit diesem Forschungsfeld auseinandergesetzt haben!). Zum anderen liefert der O-Ton in diesem Untersuchungsbericht mehr 'Fleisch' als die meisten anderen Repräsentativbefragungen, die den Lesern nur Prozentzahlenskelette anbieten. Der vorliegende Bericht ist klar und ohne überflüssige Schnörkel. Tabellen dienen der Übersicht und dem Verständnis.

Einen Schönheitsmakel hat die Studie dennoch: die vier Experimente mit Gruppen von arbeitslosen und nicht arbeitslosen Jugendlichen. Die unabhängigen Variablen (unterschiedliche Fernsehsendungen, die sich mit dem Thema Jugendarbeitslosigkeit auseinandersetzen) sind zu verschieden, als daß man dabei von einem Experiment sprechen könnte. Zudem fehlen gezielte Hypothesen mit operationalisierten Konzepten. Trotz dieser und anderer (kleinerer) Schwächen: Diese Studie gibt reichhaltige Hinweise für zukünftige Forschungsarbeit. Sie sollte als Quelle für weitere empirische Untersuchungen genutzt werden!

Karin Böhme-Dürr