



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 Prozentzahlskelette anbieten. Der vorliegende Bericht ist klar und ohne überflüssige Schnörkel. Tabellen dienen der Übersicht und dem Verständnis.

Einen Schönheitsmangel 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