

# Arbeitslos – Kommunikationslos

Kommunikationsverhalten arbeitsloser Jugendlicher in Salzburg

von Andreas Windischbauer

Hunger war das Los vieler Arbeitsloser nicht nur zu Beginn unseres Jahrhunderts. Heute, wo es uns allen viel besser geht, haben sich auch die Auswirkungen der Arbeitslosigkeit verändert. Inwieweit der Verlust des Arbeitsplatzes die Kommunikationsfähigkeit von jungen Menschen verändert, und wie sich diese Veränderungen im alltäglichen Kommunikationsverhalten niederschlagen, war zentrales Thema der am Institut für Publizistik der Universität Salzburg durchgeführten und vom Bundesministerium für Soziale Verwaltung geförderten Forschungsarbeit.

## 1. Jugendarbeitslosigkeit in Österreich

„Ein zentrales Problem gegenwärtiger Wirtschafts- und Sozialpolitik ist die Jugendarbeitslosigkeit. Österreich kann zwar im internationalen Vergleich auf eine bemerkenswert günstige Situation auf dem Jugendarbeitsmarkt verweisen, im Zuge der Wirtschaftskrise ist es seit 1981 jedoch zu einem kontinuierlichen Anstieg der Jugendarbeitslosigkeit besonders in der Altersgruppe der 19- bis 25jährigen gekommen.“ (Bundesminister Alfred Dallinger, im Vorwort der Forschungsberichte aus Sozial- und Arbeitsmarktpolitik, Wien 1984, S. 7). Der international weitgehend synchron verlaufende Anstieg der Jugendarbeitslosigkeit wurde in Österreich erst 1981 deutlich spürbar. Von der Verschlechterung des Arbeitsmarktes waren und sind vorwiegend Jugendliche betroffen: Im Jahresdurchschnitt 1981 waren etwa 23 % aller offiziell registrierten Arbeitslosen zwischen 15 und 25 Jahren, 1983 betrug der entsprechende Anteil 27,1 % und 1985 erreichte er 29,5 %<sup>1</sup>. Die Jugendarbeitslosigkeit stieg in Relation zur Gesamtarbeitslosigkeit noch rascher an. Die Zahl der langzeitarbeitslosen Jugendlichen<sup>2</sup> betrug im Jahresdurchschnitt 1980 1600, drei Jahre später 9500<sup>1</sup>.

Eine Detailanalyse dieser Zahlen ergibt:

- die Arbeitslosenrate weiblicher Lehrstellensuchender ist mehr als doppelt so hoch wie die männlicher Jugendlicher;
- eine weitaus überdurchschnittliche Arbeitslosenrate herrscht auch in der Gruppe der Männer im Alter von 19 bis unter 25 Jahre;
- die Zahl der Ausbildungsplätze hat relativ zur Zahl der Arbeitsplätze noch stärker abgenommen,
- der Personenkreis Jugendlicher, die von Arbeitslosigkeit betroffen werden, weitet sich besonders rasch aus, so daß gegenwärtig bereits jeder fünfte jugendliche Beschäftigte zumindest einmal jährlich die Erfahrung einer Arbeitslosenperiode gemacht hat, und
- die Zahl jener Jugendlichen, die mehr als 6 Monate arbeitslos sind, steigt stark an; sie hat sich gegenüber 1980 versechsfacht.<sup>1</sup>

Dr. phil. Andreas Windischbauer, Absolvent des Salzburger Instituts für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, ist Mitarbeiter des Instituts für Kommunikationsplanung in Salzburg.

Die Jugendarbeitslosenquoten sind sowohl in der Stadt als auch im Bundesland Salzburg im bundesweiten Vergleich überdurchschnittlich. Der Anteil der Jugendlichen an der Gesamtarbeitslosigkeit blieb im Bundesland Salzburg seit 1983 konstant bei etwa 30 % und liegt damit leicht über dem Bundesdurchschnitt (1984: 28,5 %; 1985: 29,5 %). Ihre absolute Zahl veränderte sich von 1983 auf 1984 nur geringfügig, begann aber 1985 deutlich zu steigen. Im Bundesland Salzburg wurden Ende April 1986 insgesamt 3338 arbeitslose Jugendliche gezählt. Über 80 % davon waren bis zu drei Monaten arbeitslos, 13,5 % (450 Jugendliche) waren zwischen drei und sechs Monaten am Arbeitsamt vorgemerkt und 3,6 % (120 Jugendliche) waren länger als ein halbes Jahr ohne Arbeit'. Fast jeder fünfte arbeitslose Jugendliche war demnach langzeitarbeitslos.

## 2. Methode

Nicht nur „die Rebellion gegen die 'Lebensferne' gängiger Wissenschaft“ (Kohli, 1981, S. 290) war dafür verantwortlich, *weiche* Methoden zur Untersuchung des Kommunikationsverhaltens arbeitsloser Jugendlicher zu verwenden. Die „Rebellion der Betroffenen“ (Kriesi, 1982, S. 748) gegen quantifizierende Methoden als Schreckensvision vor Augen, Demokratisierung und Kontrolle der Forschung, durch ein verstärktes Eingehen auf die Anliegen der Betroffenen im Kopf und eigene Erfahrungen mit der „biographischen Methode“ führten zu dem Anspruch, die Jugendlichen selbst zu Wort kommen zu lassen. Aus der Kritik der Methodologie in der Arbeitslosenforschung – Fehlen von Längsschnittstudien, undifferenzierte Untersuchungsgruppen – entwickelte sich die Kombination konträrer Forschungsmethoden. Das *Zeit-Stichproben-Tagebuch* (ZST) gilt in der Psychologie als die Methode zur Messung von situationsabhängigen Stimmungen (vgl. Brandstätter, 1977). Es bietet die Möglichkeit, objektive und subjektive Situationsbeschreibungen zu erfassen. Auch in der jüngeren Kommunikationsforschung wurden Tagebuchverfahren zur Analyse des Kommunikationsverhaltens eingesetzt (vgl. Autischer/Maier-Rabler, 1984), ohne jedoch auf die Abstraktionsanforderungen der Untersuchungsteilnehmer Rücksicht zu nehmen. Die Ergebnisse konnten demzufolge die situationsspezifischen Attributionen der Mediennutzung nicht wiedergeben, Fragen nach dem Aktionsraum blieben unbeantwortet. Durch die Verwendung eines Zeit-Stichproben-Tagebuches können auch in der Kommunikationsforschung Verlaufsstudien durchgeführt werden, die subjektive (Motive) und auch objektive Situationsmerkmale (ausgeführte Tätigkeit, Ort, mitanwesende Personen u.a.) berücksichtigen und Veränderungen im Kommunikationsverhalten aufgezeigt werden.

Die Integration der Ergebnisse der erzählenden Interviews (vgl. Schütze, 1978) und der Ergebnisse der Analyse der Zeit-Stichproben-Tagebücher fällt jedoch aufgrund forschungsökonomischer Gründe nicht so aus, wie es dem Untersuchungsgegenstand adäquat gewesen wäre. Die Forderung der „Medienbiographen“<sup>3</sup> den „Rezipienten in seiner je eigenen Individualität ernst(zu)nehmen“ (Hickethier, 1982, S. 207) und Brüche und Kontinuitäten im Lebenslauf oder im Umgang mit Medien deutlich zu machen (vgl. Luger, 1984) konnte nicht eingelöst werden.

## 3. Untersuchungsanlage

Um die in der bisherigen Arbeitslosenforschung festgestellten Anpassungsprozesse verfolgen zu können, schien es sinnvoll, nur Jugendliche auszuwählen, die die gleiche Zeitspanne ohne Arbeit waren. Drei Monate wurden festgelegt, um Arbeitslose aus

Saisonberufen (Gastgewerbe) auszuschließen, da die bewußte Antizipation und Wiederholung kurzfristiger Arbeitslosigkeit zu ganz spezifischen Verarbeitungsstrategien führt. Durch die Unterstützung des Bundesministeriums für Soziale Verwaltung war es möglich, das Landesarbeitsamt Salzburg um Mithilfe bei der Kontaktaufnahme (Problem des Datenschutzes) zu bitten. Die Jugendlichen wurden auch über Jugendzentren und Einrichtungen des Sozialamtes rekrutiert. Die Suche erstreckte sich über mehrere Monate, da trotz Zusicherung absoluter Anonymität die Verbindung Forscher-Arbeitsamt viele Jugendliche von einer Mitarbeit abhielt.

Von den 15 arbeitslosen Jugendlichen, die bereit waren, an der Untersuchung teilzunehmen, fanden nach der ersten Untersuchungswelle zwei Drittel wieder einen Arbeitsplatz. Diese wurden nach einer Phase der Einarbeitung neuerlich in einem Interview befragt und mit Hilfe des Zeit-Stichproben-Tagebuches konnte ihr Tagesablauf während der Beschäftigung mit dem während der Arbeitslosigkeit verglichen werden. In jeder Untersuchungsphase wurden die Jugendlichen gebeten, täglich achtmal (die einzelnen Zeitpunkte waren innerhalb von Dreistundenintervallen per Zufallsgenerator ausgewählt worden, eine Armbanduhr mit Weckfunktion erinnerte an die Eintragszeitpunkte), die Tagebuchblätter auszufüllen. Gefragt wurde nach dem Aufenthaltsort („Wo bin ich?“), nach der ausgeübten Tätigkeit („Was tue ich?“) und gesondert nach einer Mediennutzung im Hintergrund etwa („Musik, Fernseher nebenbei?“), nach mitanwesenden Personen („Wer ist noch anwesend?“), nach dem augenblicklichen Befinden („Wie fühle ich mich gerade?“), und nach einer Beschreibung und Begründung des Befindens („Wie könnte ich meine augenblickliche Stimmung genauer beschreiben? Warum fühle ich mich so?“). Die Mitarbeit am Projekt wurde mit ÖS 300,- (ca. DM 43,-) pro Woche vergolten.

## 4. Ergebnisse

### 4.1 Das Medienverhalten der Jugendlichen

#### 4.1.1 Die Ausgangssituation – Das Medienverhalten während der Beschäftigung

‘Was tue ich’, lautete eine Frage auf den Tagebuchblättern, die mit einer, aber auch mit zwei Angaben beantwortet werden konnte. Die zweitgenannte Tätigkeit wurde nach Rücksprache mit den Jugendlichen als Nebentätigkeit bezeichnet. Die Frage nach dem Medium ‘nebenbei’ war zur Schärfung der Aufmerksamkeit vor allem auf Radio, Plattenspieler und Kassettenrekorder in das Zeit-Stichproben-Tagebuch aufgenommen werden.

Um ein deutlicheres Bild der Veränderungen zu erhalten, wurde für die Auswertung nur die Trennung in Hauptbeschäftigung (Medientätigkeit als erste Nennung einer Tätigkeit) und Nebenbeschäftigung (als Zweitnennung bzw. Erwähnung einer Nutzung ‘nebenbei’) vorgenommen.

In 8,3 % der wachen Zeitpunkte beschäftigten sich die Untersuchungsteilnehmer hauptsächlich mit Medien, in überwiegendem Maße mit Fernsehen (6,6 %). Lesen wurde in 1,4 % der Eintragungen als Hauptbeschäftigung erwähnt. Wie wir aus vielen Studien über das Mediennutzungsverhalten wissen, werden das Radio, bzw. Plattenspieler und Kassettenrekorder hauptsächlich als Hintergrundmedien verwendet. In der Liste der Hauptbeschäftigungen scheint das Radiohören kaum (0,3 %) und das Hören von Schallplatten und Kassetten (in der Folge häufig als Tonträger bezeichnet) überhaupt nicht auf.

Als Medium 'nebenbei' war das Radio an jedem dritten wachen Zeitpunkt erwähnt worden, Tonträger berieselten in fast 10 % der Fälle die Jugendlichen mit Musik.

Insgesamt verbrachten die Jugendlichen mehr Zeit *mit* als *ohne* Medien. Der Anteil der Mediennutzung (Hauptbeschäftigung, Nebenbeschäftigung, Hintergrund) am wachen Zeitbudget betrug in der ersten Untersuchungswoche 53,4 %.

Über alle Tagebucheintragungen wurde eine Varianzanalyse zwischen der jeweiligen Medientätigkeit und dem in dieser Situation angegebenen Befinden gerechnet. Das Befinden wurde analog zu unserem Notensystem zwischen 1 ('sehr gut') und 5 ('sehr schlecht') notiert. Mit  $p < 0,01$  war der Zusammenhang signifikant, das Durchschnittsbefinden während der Mediennutzung betrug 2,2. Beim Hören von Musik ging es den Jugendlichen am besten (Mittelwert 1,6), dieser Befindensmittelwert unterschied sich signifikant von denen, die während der Nutzung anderer Medien errechnet wurden (Fernsehen 2,3/Radio 2,3/Lesen 3,0), wie ein Duncan-Test zeigte (vgl. Schubö/Uehlinger, 1984).

Auf den Tagebuchblättern wurde auch nach den Gründen für das augenblickliche Befinden gefragt, die Angaben anhand einer Liste von Motiven kodiert und anschließend in Motivklassen zusammengefaßt (vgl. 4.1.2 und 4.1.3).

#### *4.1.2 Das Medienverhalten nach drei Monaten Arbeitslosigkeit – Veränderungen zur Ausgangssituation*

Das österreichische Institut für Berufsbildungsforschung (ÖIBF) führte im Auftrag des ORF eine Studie über Lebensgewohnheiten von Arbeitslosen durch (vgl. ÖIBF, 1983). Schlafen, Alkohol und Krankheit werden in dieser Studie als negative Bewältigungsstrategien angeführt. Die Tätigkeitsstruktur der Untersuchungsteilnehmer nach drei Monaten Arbeitslosigkeit bestätigt diese Ergebnisse zumindest in einem Teilbereich sehr deutlich.

Der Anteil der Schlafzeitpunkte erhöht sich von 39,1 % während der Beschäftigung auf 51 % während der Arbeitslosigkeit. Die Medienhäufigkeit (Hauptbeschäftigung) betrug in der ersten Untersuchungsphase 8,3 %, in der zweiten Phase 13,5 % aller Fälle. Das gestiegene 'Freizeitbudget' wurde also nur zum Teil zu einem häufigeren Mediengebrauch verwendet.

Die persönliche Unterhaltung erfuhr die größte Ausweitung, 'Unterhalten' und 'Diskutieren' stiegen um 5,4 Prozentpunkte am wachen Zeitbudget an, 'Spielen' (+ 3,5 %), 'Spazieren' (+ 1,9 %), 'Hausarbeit' (+ 1,8 %), 'Kaffeetrinken' (+ 1,2 %) und 'Telefonieren' (+ 1,1 %) nahmen ebenfalls zu. Die Zeitpunkte, in denen man nichts mit sich anzufangen weiß, stiegen um mehr als das Doppelte.

Gernot R. faßt diese Veränderungen, mehr Schlaf, mehr Fernsehen und erhöhte Passivität, in einer Aussage zusammen: „Jetzt schau ich auch am Abend immer länger, bis er wirklich keinen Ton mehr ausspuckt, bis dann Ebbe ist, dann kann ich nämlich am nächsten Tag länger schlafen, weil wenn ich mich um elf schlafen leg, dann bin ich um acht schon so wach, was soll ich um acht schon machen, ...“ (Gernot R., 25 Jahre, Bäckereimaschinen-Servicetechniker).

Während der Arbeitslosigkeit machte die mit Medien (als Hauptbeschäftigung) verbrachte Zeit einen Anteil von 13,5 % der wachen Zeitpunkte aus. Damit stieg die Me-

diennutzung um 5,2 Prozentpunkte an. Diese Erhöhung wird vor allem durch häufigeres Fernsehen (+ 2,5 %) und Lesen (+ 1,8 %) bewirkt, Radio und Tonträger bleiben als Hauptbetätigung so unbedeutend wie während der Beschäftigung.

Als Medium 'nebenbei' war das Radio in der ersten Untersuchungsphase an jedem dritten Zeitpunkt genannt worden, vor allem die Berieselung am Arbeitsplatz ist dafür verantwortlich, während der Arbeitslosigkeit verringerte sich die Radionutzung um 12,5 %. Die Musikknutzung stieg dagegen nach drei Monaten ohne Arbeit leicht an (+ 3,3 %).

### – Mediennutzung und Befinden

Das Befindensmittel der arbeitslosen Jugendlichen war während der Mediennutzung leicht gesunken. Eine Verschlechterung der Stimmung während des Fernseh- und Radiokonsums von 2,3 auf 2,6, sowie während der Nutzung von Schallplatten und Kassetten von 1,6 auf 1,7 waren dafür symptomatisch. Ein deutliches Befindenshoch erlebten die arbeitslosen Jugendlichen während des Lesens. Ihre Stimmung stieg dabei von 3,0 während der Beschäftigung auf 2,1 nach drei Monaten Arbeitslosigkeit. Der Zusammenhang von Befinden und Mediennutzung war mit  $p < 0,01$  sehr signifikant.

Agnes R. ärgert sich über ihren intensiven Medienkonsum: „Es gibt dann auch Momente, wo ich mich zwingen, nichts anzuschauen, wo ich mir denk', du bist total depert, sitzt da, sagst zwar, du sitzt da ewig vor der Glotze, aber änderst nichts daran, das sind dann so Selbstvorwürfe, wo du irgendwann einmal aufwachst und sagst, he, was machst du denn da eigentlich, das is ja ein Blödsinn, interessier dich doch für etwas anderes, ..., aber ich hab irgendwie nicht den, weiß nicht wie ich sagen soll, ich muß mich schon zu so vielen Sachen zwingen in der letzten Zeit, immer wieder vorstellen gehen, ich hab im Moment nicht den Bock, das zu ändern.“ (Agnes R., 25 Jahre, Bürokraft).

Die Verbesserung der Stimmung beim Lesen kann nicht allein auf die, mit dem Lesen der Stellenangebote in den Zeitungen, aufkommende Hoffnung zurückgeführt werden: „Des is jetzt wieder anders, weil was Sachbücher anbelangt, die hab i ja neben der Arbeit phasenweise überhaupt net lesen können, auch Romane, i bin schnell müd worden dabei, da liest halt so drüber, da hab i jetzt mehr Möglichkeiten.“ (Albert T., 25 Jahre, KFZ-Mechaniker).

Die Verknüpfung der Mediennutzung mit den in den jeweiligen Situationen angegebenen Motiven brachte kaum Unterschiede zwischen Beschäftigung und Arbeitslosigkeit. Sowohl in der ersten als auch in der zweiten Untersuchungswoche waren in Verbindung mit den Medien in drei Viertel der Fälle Motive, die gutes Befinden begründen, angegeben worden.

Bedürfnisse nach Wissensvermittlung, Sozialtherapie und Legitimationshilfe ortet Horst Holzer als Gründe für die Mediennutzung, insbesondere für das Fernsehen (vgl. Holzer, 1973). Während der Arbeitslosigkeit gewinnen darüber hinaus auch noch andere Funktionen des Fernsehens an Bedeutung, die den erhöhten Fernsehkonsum erklären:

- Fernsehen als Mittel zur Ablenkung von der Realität
- Fernsehen als Mittel gegen Langeweile

- Fernsehen als Ersatz für andere Tätigkeiten, die mit finanziellen Aufwand verbunden sind
- Fernsehen als Mittel zur Zeitstrukturierung.

#### – *Das Leseverhalten der arbeitslosen Jugendlichen*

Wurde in der ersten soziographischen Studie über Arbeitslosigkeit in den dreißiger Jahren ein zunehmendes Desinteresse an Büchern und Lesen festgestellt (vgl. Jahoda et al, 1975, S. 57f.), ergab 50 Jahre später die Analyse des Leseverhaltens Jugendlicher nach drei Monaten Arbeitslosigkeit ein anderes Bild. Die Untersuchungsteilnehmer lasen während der Beschäftigung an 1,4 % der wachen Zeitpunkte, in der Zeit ohne Arbeit griffen sie an 3,2 % der wachen Zeitpunkte zu einem Buch, einer Zeitschrift oder einer Zeitung. Das Buch gewann am deutlichsten das Interesse der Jugendlichen. In 8 Fällen lasen die arbeitslosen Jugendlichen ein Buch (1,7 %), in vier Fällen (0,9 %) eine Zeitschrift (drei Fälle waren während der Beschäftigung gezählt worden) und viermal eine Zeitung (zweimal während der ersten Untersuchungswoche) (0,9 %).

Es verwundert, daß trotz der häufigen Aussagen der Jugendlichen, Zeitungen zu lesen, die gemessene Häufigkeit so gering ist. Die Zeitung gewinnt während der Arbeitslosigkeit eine besonders wichtige Funktion, da sie neben dem Arbeitsamt und den Freunden die wichtigste Informationsquelle für einen neuen Arbeitsplatz darstellt.

#### – *Das Kino – kein Aufenthaltsort für arbeitslose Jugendliche*

Die Altersstruktur der untersuchten Jugendlichen dürfte mitverantwortlich sein, daß das Kino als Aufenthaltsort im Tagebuch in nur einem Fall genannt wird. Drei Viertel der Untersuchungsteilnehmer sind älter als 20 Jahre.

13 % der 14 – 19jährigen Österreicher gehen wöchentlich ins Kino, nur 8 % der 20 – 29jährigen sind so häufig im Kino anzutreffen. Da die jeweiligen Untersuchungsphasen auf sieben Tage beschränkt waren, war die Anzahl der Kinobesuche der Jugendlichen so gering. Die Analyse der Mediennutzung muß daher auf die quantitative Auswertung verzichten. Die selbsteingeschätzten Veränderungen im Medienverhalten wurden nicht nur im Interview angesprochen, auch eine Frage im Kurzfragebogen bezog sich auf die durch die Arbeitslosigkeit hervorgerufenen medialen Nutzungsunterschiede. Dabei meinten nur 13,4 % der untersuchten Jugendlichen, öfter ins Kino zu gehen, knapp zwei Drittel behaupteten, die Häufigkeit ihrer Kinobesuche hätte sich nicht geändert, und ein Viertel der Untersuchungsteilnehmer erklärte, nun seltener Filme im Kino zu sehen.

Verliert das Kino für die älteren Untersuchungsteilnehmer aufgrund ihrer geringeren Mobilität an Attraktivität, sind es auch ökonomische Gründe, die einen häufigeren Kinobesuch verhindern. Fernsehen als Ersatz für Tätigkeiten, die Geld kosten, also auch für das Kino, gewinnt damit an Bedeutung.

#### 4.1.3 *Das Medienverhalten nach sechs Monaten Arbeitslosigkeit*

Längeres Schlafen zeigte sich schon nach drei Monaten ohne Arbeit als Bewältigungsstrategie der Arbeitslosigkeit, die Ergebnisse der dritten Tagebuchwoche bestätigten dies. Die Schlafzeitpunkte stiegen von 39,1 % während der Beschäftigung auf 51 % nach drei Monaten und auf 52,9 % nach sechs Monaten ohne Arbeit an. „Da is dann

der Tag ungefähr so, daß man aufsteht um zehn und dann eigentlich nur herumhängt irgendwo, des kann man gar net anders ausdrücken, weil wenn i in der Früh aufwach, und i weiß net, was i tun soll, speziell, dann schlägt sich des sofort nieder, i fühl mi dann a geistig und seelisch net wohl, und a körperlich net, i häng dann richtig schlapp herum, sitz mehr oder weniger nur in der Gegend herum und tu so abwechselnd einmal mit dem Buben spielen, oder schau in a Zeitung eini, oder schau vielleicht wieder einmal in Fernseher eini, ...“ . (Herbert E., 24 Jahre, Einzelhandelskaufmann).

Die Medienhäufigkeit veränderte sich nur gering. War eine deutliche Steigerung nach drei Monaten Arbeitslosigkeit feststellbar, so erhöhte sich der Anteil der mit Medien, als Hauptbeschäftigung verbrachten Zeit nochmals um 6,9 % auf 7,5 % aller Zeitpunkte. Passives Verhalten, wir konnten eine Ausweitung um mehr als das Doppelte nach drei Monaten ohne Arbeit feststellen, nahm während der dritten Untersuchungswoche wieder leicht ab. Die Arbeitszeitpunkte, also jene Zeitpunkte, an denen Schwarzarbeit, Nachbarschaftshilfe oder Lernen angegeben worden war, verringerten sich von 5,2 auf 2,9 % aller Fälle. Dies bestätigt auch die Theorie, daß das 'Pfuschen' (= Schwarz-arbeiten) unter den arbeitslosen Jugendlichen seltener anzutreffen ist als bei ihren beschäftigten Kollegen. Nichtvorhandenes Werkzeug bzw. lange Wegstrecken erschweren diese Form des Nebenverdienstes unter Arbeitslosen. „Unter dem Einfluß von Arbeitslosigkeit 'pfuschen' weniger Personen, die dafür ausgiebiger“ stellt auch Linde Pelzmann in einer Studie über die Schattenwirtschaft fest (vgl. Pelzmann, 1985, S. 103f.).

Eine neuerliche deutliche Ausweitung der interpersonellen Kommunikation zeigte sich nach sechs Monaten ohne Arbeit.

Der Musikkonsum und die Lesehäufigkeit stiegen nach sechs Monaten ohne Arbeit stark an und bewirkten damit eine Erhöhung der Medienhäufigkeit (Haupt-, Nebentätigkeit, Hintergrundmedium) von 52,8 % auf 59,8 % der wachen Zeitpunkte. Fernsehen und Radiohören nahmen mit der Dauer der Arbeitslosigkeit leicht ab.

– Mediennutzung und Befinden

Das Befinden hatte sich nach drei Monaten ohne Arbeit während der Mediennutzung leicht verschlechtert und stabilisierte sich dann. Auch nach langandauernder Arbeitslosigkeit betrug der Befindensmittelwert 2,4. Eine weitere Verschlechterung der Stimmung von 2,6 auf 3,0 zeigte sich jedoch beim Fernsehkonsum und von 1,7 auf 2,0 während der Nutzung von Schallplatten und Kassetten. Das Befinden während des Lesens und des Radiokonsums blieb annähernd konstant. Der Zusammenhang von Befinden und Mediennutzung war mit  $p = 0,05$  signifikant, die Befindensunterschiede zwischen Musikhören und Fernsehen erreichten statistische Signifikanz.

Tabelle 1: Befinden und Mediennutzung:

|              | 1. Woche | 2. Woche | 3. Woche |
|--------------|----------|----------|----------|
| Fernsehen    | 2,3      | 2,6      | 3,0      |
| Radio        | 2,3      | 2,6      | 2,6      |
| Musik        | 1,6      | 1,7      | 2,0      |
| Lesen        | 3,0      | 2,1      | 2,2      |
| Durchschnitt | 2,2      | 2,4      | 2,4      |

Waren in den ersten zwei Untersuchungsphasen während des Medienkonsums in drei Viertel der Fälle Motive, die gutes Befinden begründen, genannt worden, wurden diese nach sechs Monaten ohne Arbeit nur noch in zwei Drittel der Fälle angegeben. Die Motivstruktur änderte sich am deutlichsten beim Fernsehen, physiologische Motive waren als Gründe für gutes Befinden vorwiegend genannt worden. Nun begründeten die Jugendlichen gutes Befinden in der Hälfte der Fälle mit höheren Motiven, schlechtes Befinden wurde jedoch häufiger genannt. Als Grund dafür gaben die Jugendlichen in mehr als einem Drittel dieser Situationen physiologische Motive (weil ich hungrig oder durstig bin / weil meine Umgebung ungemütlich ist / weil ich Schmerzen habe) an. Während des Radio- und Musikkonsums überwogen Motive für gutes Befinden. Beim Radiohören wurden in fast einem Drittel der Fälle Aktivitätsmotive geäußert, beim Hören von Schallplatten und Kassetten nannten die Jugendlichen wie auch während der vorangegangenen Untersuchungsphasen vorwiegend Kontaktmotive.

#### 4.1.4 Zusammenfassung der Veränderungen im Medienverhalten

Das Zeit-Stichproben-Tagebuch eignet sich nur bedingt zur Erfassung der Tätigkeitsstruktur. Eine Erhöhung der Zahl der Eintragungszeitpunkte wäre für weitere Untersuchungen zum Medienverhalten anzuraten.

Eine deutliche Ausweitung der Mediennutzung zeigte der Vergleich der Untersuchungszeitpunkte während der Beschäftigung und nach drei Monaten ohne Arbeit. Diese Ausweitung beruht vor allem auf einer häufigeren Fernsehnutzung sowie einer vermehrten Beschäftigung mit Büchern. Arbeitslosigkeit bedeutet also auch bei Jugendlichen ein *Mehr an Fernsehkonsum*, die Funktionen dieses Mediums (Ersatz für andere Tätigkeiten, die mit finanziellem Aufwand verbunden sind; Mittel gegen Langeweile; Mittel zur Ablenkung von der Realität) scheinen auch für Jugendliche Bedeutung zu haben. Der Gewöhnungseffekt an die Arbeitslosigkeit nach sechs Monaten ohne Beschäftigung läßt sich auch am Medienkonsum feststellen. Die Mediennutzung wird nur geringfügig angehoben, die Zeit vor dem Fernsehapparat wird weniger, die *Bedeutung der Zeitung*, vor allem als Informationsquelle über den Arbeitsmarkt steigt. Das Radio erweist sich als Berieselungsmedium, das vor allem am Arbeitsplatz genutzt wird, im Verlauf der Arbeitslosigkeit wird *immer seltener Radio* gehört, der häufigere Konsum der *Tonträger* Schallplatte und Kassette weist jedoch auf die *hervorragende Rolle der Musik* im Leben arbeitsloser Jugendlicher hin. Dies zeigt auch die Analyse des Befindens während des Medienkonsums. Während Schallplatten und Kassetten gehört wurde, äußerten die Jugendlichen deutlich besseres Befinden, als während der Nutzung anderer Medien. Eine Ausnahme zeigt sich beim Lesen, das sich vor allem auf Zeitungen beschränkt, da die Hoffnung auf einen neuen Arbeitsplatz das Befinden positiv beeinflusst. Das durchschnittliche Befinden während des Medienkonsums verschlechtert sich nach drei beschäftigungslosen Monaten und stabilisiert sich dann. Eine über den Verlauf der Arbeitslosigkeit andauernde *Verschlechterung des Befindens* konnte nur während des *Fernsehens* festgestellt werden.

## 4.2 Das Kommunikationsverhalten der Jugendlichen

### 4.2.1 Die Ausgangssituation – Das Kommunikationsverhalten

#### 4.2.1.1 Die Sozialkontakte der Jugendlichen

Die Arbeit als soziales Kontaktfeld bietet, wie zahlreiche Sozialwissenschaftler (vgl. Jahoda, 1983; Holzkamp-Osterkamp, 1975; Wacker, 1976; Heinemann, 1978) betonen, die Möglichkeit, Gespräche zu führen, andere Menschen zu treffen und Freund-

schaften zu schließen (vgl. Kap. 3.2.2.3.). „Über die Berufssphäre und den eigenen Partner werden mehr als 50 Prozent der Bekannten vermittelt. Da man annehmen kann, daß sich auch die Bekannten des Partners zu rund 20 Prozent aus der Berufssphäre rekrutieren, stammen im Durchschnitt letztlich ein Viertel bis zu ein Drittel aller Bekanntenkontakte aus dem Beruf“ (Schulz, 1978, S. 98), heißt es in einer der wenigen empirischen Arbeiten über Sozialkontakte.

Die Bedeutung der persönlichen Unterhaltung hatte sich schon in der Analyse der Tätigkeitsstruktur der Jugendlichen gezeigt. 7,1 % aller wachen Zeitpunkte wurden mit 'Unterhalten' und 'Diskutieren' verbracht, das ist fast ein Viertel aller Freizeitbeschäftigungen. Die Frage nach den mitanwesenden Personen sollte Aufschluß darüber geben, mit wem die Jugendlichen wie oft zusammen sind. Wie bei der Analyse der ausgeübten Tätigkeiten waren die mitanwesenden Personen von den Jugendlichen selbst in Gruppen zusammengefaßt worden.

In mehr als einem Drittel der wachen Zeitpunkte waren Arbeitskollegen bzw. Amtspersonen mit den Jugendlichen zusammen. Mehr als ein Viertel der Zeit verbrachten sie mit dem Partner, nicht einmal ein Zehntel stand für Freunde zur Verfügung. Fast keine Rolle im Kontaktfeld spielen Eltern und Bekannte; dies ist deshalb bemerkenswert, da fast ein Drittel der Untersuchungsteilnehmer noch bei den Eltern wohnt. An jedem fünften Zeitpunkt waren die Jugendlichen allein.

Das Befinden der Jugendlichen hing sehr stark von den mitanwesenden Personen ( $p < 0,01$ ) ab, am wohlsten fühlten sie sich unter Bekannten (Durchschnittsbefinden 1,0; signifikanter Unterschied zu allen anderen Personengruppen). Ebenso war die Anwesenheit des Partners bzw. der Partnerin und von Freunden mit einer guten Stimmungslage verbunden (je 1,9). Deutlich schlechter war das Befinden, wenn die Jugendlichen mit Verwandten zusammen waren (2,3), und signifikant schlechter fühlten sie sich unter Arbeitskollegen bzw., wenn sie allein waren (2,5).

#### *4.2.1.2. Der Aktionsraum der Jugendlichen*

Die Aktionsraumforschung als Teilgebiet der Stadtsoziologie hat die Aufgabe, die Effekte der ungleichen Verteilung der Wohnstandorte und Gelegenheiten auf die zeitliche und räumliche Verteilung der Aktivitäten der Stadtbewohner zu untersuchen (vgl. Friedrichs, 1977, S. 314 ff.). Für diese Untersuchung wurde der Aktionsraum als die Teilmenge aller städtischen Standorte definiert, mit denen die Jugendlichen als Folge ihrer Aktivitäten Kontakt haben (vgl. Horton/Reynolds, 1971). Der Aktionsraum der Jugendlichen ist also die räumliche Ausdehnung ihrer Aktivitäten. Um die subjektive Bedeutung einer Aktivität zu ermitteln, schlägt die Soziologische Arbeitsgruppe Stadtforschung vor, die Häufigkeit, die Dauer und die Pendeldistanz einer Aktivität zu untersuchen (vgl. Friedrichs, 1978, S. 304f.). Unter Pendeldistanz wird dabei die Distanz 'Wohnort – Ort der Ausübung einer Aktivität' in Relation zur Häufigkeit ihrer Ausübung verstanden, also die Bereitschaft, räumliche Distanzen zu überwinden. Da es mittels Zeit-Stichproben-Tagebuch nicht möglich war, die Dauer einer Tätigkeit zu erheben, soll zur Analyse des Aktionsraumes nur die Pendeldistanz herangezogen werden. Dazu wurden die Aktivitäten je nach ihrem Ausübungsort in drei Gruppen gegliedert:

*Häusliche Aktivitäten* waren alle Beschäftigungen, die zu Hause ausgeübt wurden,

*lokale Aktivitäten* wurden in der Nachbarschaft bzw. an Orten, die zu Fuß erreichbar sind, ausgeführt, und

*überlokale Aktivitäten* fanden an jedem weiter entfernten Ort statt.

In knapp mehr als einem Viertel der wachen Zeitpunkte hielten sich die Jugendlichen zu Hause auf, in mehr als zwei Drittel der Fälle übten sie überlokale Aktivitäten aus, lokale Aktivitäten wurden kaum genannt. 'Arbeiten' wurden fast zur Gänze überlokal ausgeführt, in nur 3 % der Fälle arbeiteten die Untersuchungsteilnehmer zu Hause. Der häusliche Freizeitanteil betrug in der ersten Untersuchungswoche ein Fünftel des Zeitbudget, 5 % der Freizeitaktivitäten wurden in der Nachbarschaft ausgeführt, drei Viertel im überlokalen Raum. Medien wurden vorwiegend zu Hause genutzt (75 %), Essen, Einkaufen, Hausarbeit und andere reproduktive Aktivitäten fanden in etwas mehr als der Hälfte der Zeitpunkte im häuslichen Bereich statt, in vier Fünfteln wurden sie überlokal ausgeführt. 'Essen' kann weder als häusliche noch als überlokale Aktivität bezeichnet werden, in der Hälfte der Fälle wird zu Hause, in fast 50 % auswärts gegessen, wogegen 'Kaffeetrinken' eine vorwiegend überlokale Beschäftigung ist, die nur in einem Fünftel der Zeitpunkte zu Hause stattfindet. Persönliche Gespräche führt man ebenfalls zum größten Teil nicht zu Hause, die Unterhaltung sucht man in fast drei Vierteln aller Zeitpunkte überlokal, in der Hälfte der Fälle wird auswärts diskutiert. Nachbarschaftskontakte haben eine vorwiegend kommunikative Funktion. Die Unterhaltung macht nahezu ein Drittel aller Aktivitäten im lokalen Raum aus.

Das Befinden unterschied sich an den verschiedenen Funktionsstandorten nur geringfügig.

#### *4.2.2 Das Kommunikationsverhalten nach drei Monaten Arbeitslosigkeit – Veränderungen zur Ausgangssituation*

##### *4.2.2.1. Veränderung der Sozialkontakte*

„Der Ausschluß aus dem Bereich der Arbeit, in dem gemeinsame Erfahrungen der Lohnabhängigkeit gemacht werden, die Tatsache, daß der Arbeitslose gesellschaftlich einen minderwertigen Status einnimmt, als auch daraus resultierende Unsicherheiten in Interaktion mit der sozialen Umwelt, führen für ihn in eine Situation der Vereinzelung, Isolierung und Entsolidarisierung ...“ (Kieselbach/Offe, 1979, S. 72). Unabhängig vom Alter der Arbeitslosen geht mit dem Arbeitsplatz ein wichtiges Kontaktfeld verloren.

Die Untersuchungsteilnehmer schränkten ihre Kontakte insgesamt etwas ein, der Wegfall der beruflich vermittelten Kontakte führte zu einer Ausweitung der allein verbrachten Zeit um 5 %. Der Kontakt zu allen anderen Personengruppen nahm deutlich zu. Die Bedeutung der Kommunikation zeigt sich vor allem an der Veränderung der Tätigkeitsstruktur. 'Unterhalten' und 'Diskutieren' werden von den Jugendlichen während der Arbeitslosigkeit fast doppelt so oft genannt als während der Beschäftigung.

Die Zeit, in der die Jugendlichen mit ihren Eltern zusammen waren, verdreifachte sich, die Zeit mit dem Partner stieg von 27,7 % auf 37,5 % aller wachen Zeitpunkte an. Der Kontakt zu Freunden und Bekannten erhöhte sich nur geringfügig. Verbrachten die Jugendlichen in der ersten Untersuchungswoche mehr als ein Drittel ihrer Zeit mit

Arbeitskollegen, Vorgesetzten und anderen öffentlichen Personen, machte der Anteil dieses Kontaktfeldes nach drei Monaten ohne Arbeit nur noch 5,5 % des Zeitbudget aus.

Blieb das Durchschnittsfinden der Jugendlichen während der Beschäftigung und nach drei arbeitslosen Monaten unverändert, so zeigten sich jedoch je nach anwesenden Personen deutliche Unterschiede ( $p < 0,01$ ). Die Gegenwart von Freunden bedeutete für die Jugendlichen sehr viel, das durchschnittliche Befinden in diesen Situationen stieg von 1,9 auf 1,6. Auch der Partner bewirkte relativ gute Stimmung, wenngleich sich das Befinden gegenüber der ersten Untersuchungswoche verschlechterte (1,9 bzw. 2,1). Der Kontakt mit den Eltern und mit Bekannten führte nach drei beschäftigungslosen Monaten zu einem deutlich schlechteren Befindenzustand. Waren die Jugendlichen mit ehemaligen Arbeitskollegen bzw. mit Amts- und anderen Autoritätspersonen (Arbeitsamt, Vorstellungsgespräch) zusammen, war die Stimmung am Tiefpunkt. Allein zu sein war für die Untersuchungsteilnehmer während der Beschäftigung etwas schlimmer als nach drei Monaten ohne Arbeit.

#### 4.2.2.2. *Veränderung des Aktionsraumes*

Den Einfluß des sozio-ökonomischen-Status auf die Mobilität von Stadtbewohnern untersuchten schon in den 60er und 70er Jahren bundesdeutsche Soziologen (vgl. Pfeil, 1965 und Pfeil/Ganzert, 1973). Sie stellten unter anderem fest, daß mit der Höhe des sozio-ökonomischen Status die überlokale Orientierung einer Person steigt. Wenn auch die finanziellen Einbußen der Jugendlichen gering waren, Arbeitslosenunterstützung, Schwarzarbeit, Ersparnisse und Eltern verringerten gewichtige Einkommensunterschiede zwischen Beschäftigung und Arbeitslosigkeit, dürfte darin der Hauptgrund für den Rückzug auf das 'zu Hause' liegen. Der Anteil der häuslichen Aktivitäten erhöhte sich von einem guten Viertel auf mehr als die Hälfte aller Beschäftigungen. Aktivitäten, die überlokal ausgeübt wurden, sanken von zwei Drittel während der ersten Untersuchungswoche auf zwei Fünftel nach drei Monaten ohne Arbeit ab. Lokale Aktivitäten erfuhren eine unbedeutende Ausweitung. Das durchschnittliche Befinden verbesserte sich im überlokalen Bereich deutlich von 2,4 auf 2,1, zu Hause fühlten sich die Jugendlichen nach drei Monaten ohne Arbeit schlechter, das Durchschnittsfinden sank von 2,2 auf 2,5.

Die Analyse der an den jeweiligen Aufenthaltsorten ausgeübten Tätigkeiten zeigte, daß zu Hause vor allem regenerative und Freizeitaktivitäten ausgeweitet wurden. Zur Zeit der Beschäftigung waren die Jugendlichen in der Hälfte der Fälle bereit, größere Distanzen zurückzulegen, um zu 'essen', nach drei Monaten ohne Arbeit nur noch in einem Fünftel der Fälle. 'Kaffeetrinken' war nur in 20 % der Fälle eine häusliche Aktivität gewesen, während der Arbeitslosigkeit tranken die Jugendlichen in drei Viertel der Fälle ihren Kaffee zu Hause. Die Bereitschaft, jemanden zu treffen, um sich zu unterhalten, und dafür größere Distanzen in Kauf zu nehmen, veränderte sich nach drei beschäftigungslosen Monaten nur gering. Nach wie vor unterhielten sich die Jugendlichen in drei Vierteln der Fälle im überlokalen Raum. Die Anzahl von Gesprächen und Diskussionen in der Nachbarschaft reduzierte sich hingegen deutlich, die Angst vor der Stigmatisierung ist klar erkennbar.

#### 4.2.3. Das Kommunikationsverhalten nach sechs Monaten Arbeitslosigkeit

##### 4.2.3.1. Veränderung der Sozialkontakte

War aufgrund bisheriger Forschungsergebnisse eine weitere Einschränkung der Kontakte nach langandauernder Arbeitslosigkeit zu erwarten gewesen, ergibt die Analyse der Tagebuchauswertung der fünf langzeitarbeitslosen Jugendlichen ein anderes Bild. Der Vergleich des Kommunikationsverhaltens während der Beschäftigung und nach drei Monaten Arbeitslosigkeit zeigte vor allem den Verlust der Kontakte zu Arbeitskollegen und Autoritätspersonen, jedoch eine Ausweitung des Zusammenseins mit dem Partner, den Eltern, Freunden und Bekannten. Ein gleichzeitiger Rückzug auf den häuslichen Bereich beweist die Einschränkung sowohl der räumlichen als auch der persönlichen Außenkontakte, wenngleich Binnenkontakte zunehmen. Der vertraute Bereich gewinnt an Bedeutung. Das relativ schlechte Befinden in diesen Situationen kann als eine Erklärung für den Ausbau der Außenbeziehungen nach sechs Monaten ohne Arbeit herangezogen werden. Obwohl der Kontakt zu Amts- und Autoritätspersonen völlig abgebrochen wird, steigt die Anwesenheit von Freunden von 9,8 % nach drei Monaten auf 18,4 % nach sechs Monaten ohne Arbeit deutlich an. Ebenso waren die Jugendlichen häufiger mit Bekannten zusammen. Ihr Anteil an den Außenkontakten betrug 4,0 % während der zweiten Untersuchungswoche und stieg auf 11,0 % in der dritten Phase an. Der Kontakt zu den Eltern und zum Partner wird wieder leicht eingeschränkt, wie auch die Anzahl der Zeitpunkte, an denen die Jugendlichen allein waren, leicht abnimmt.

Die Veränderung der Sozialkontakte kann als ein Reflex auf das während der Anwesenheit der jeweiligen Personen geäußerte Befinden interpretiert werden. Durch die Abnahme der Kontakte zu Partner und Eltern gaben die Untersuchungsteilnehmer besseres Befinden in diesen Situationen an. Das häufigere Zusammensein mit Freunden war mit einer Verschlechterung des Durchschnittsbefindens verbunden. Die Anwesenheit von Bekannten, also weniger vertrauten Personen, war nach sechs Monaten ohne Beschäftigung mit einer besseren Stimmung gekoppelt als drei Monate davor. Allein sein wurde erst in der dritten Untersuchungsphase als Belastung erlebt, der Befindenswert verschlechterte sich von 2,4 auf 3,0. Der Zusammenhang zwischen Befinden und mitanwesenden Personen war wie auch während der ersten beiden Wochen signifikant ( $p < 0,01$ ).

Tabelle 2: Befinden und Kontakte

|                       | 1. Woche | 2. Woche | 3. Woche |
|-----------------------|----------|----------|----------|
| Allein                | 2,5      | 2,4      | 3,0      |
| Zusammen mit: Partner | 1,9      | 2,1      | 1,7      |
| Eltern                | 2,3      | 2,7      | 2,4      |
| Freunden              | 1,9      | 1,6      | 2,1      |
| Bekannten             | 1,0      | 2,4      | 2,0      |
| Rest                  | 2,5      | 2,8      | 2,6      |
| Durchschnitt          | 2,29     | 2,31     | 2,28     |

4.2.3.2. Veränderung des Aktionsraumes

Die Ausweitung des Aktionsraumes der langzeitarbeitslosen Jugendlichen bestätigt die Tendenz zur Ausweitung der Außenkontakte. Beschäftigungen zu Hause nahmen deutlich ab, blieben aber klar unter dem Wert der Beschäftigung. Der Aufenthalt in der Nachbarschaft wurde nach wie vor gemieden, überlokale Aktivitäten machten in der zweiten Untersuchungswoche zwei Fünftel des Zeitbudgets aus, ihr Anteil stieg auf über 50 % an. Es waren vor allem Freizeitaktivitäten, die nun wieder häufiger in einiger Distanz zum Wohnort ausgeübt wurden. Auch die Mediennutzung im überlokalen Raum stieg nach sechs Monaten ohne Arbeit an. Um sich zu regenerieren, blieben die Jugendlichen jedoch öfter zu Hause, ihr Essen nahmen sie in der dritten Untersuchungswoche nur noch zu Hause ein. Hatte sich beim Kaffeetrinken nach drei Monaten eine deutliche räumliche Einschränkung gezeigt, erhöhte sich die 'Kaffee-Pendeldistanz' nach sechs Monaten deutlich, in nur einem Fünftel der Fälle tranken die Jugendlichen zu Hause Kaffee. Die hohe Bereitschaft, größere Distanzen in Kauf zu nehmen, um sich zu unterhalten bzw. zu diskutieren, verstärkte sich sogar noch ein wenig.

Das Befinden veränderte sich nach sechs beschäftigungslosen Monaten nur geringfügig. Zu Hause ging es den Jugendlichen gleich schlecht wie nach drei Monaten ohne Arbeit, die Stimmung im überlokalen Raum stieg leicht an. Die Angst vor der Stigmatisierung der eigenen Situation in der Nachbarschaft wurde mit der Dauer der Arbeitslosigkeit stärker. Das Befinden im lokalen Raum verschlechterte sich von 2,3 auf 2,7.

Tabelle 3: Befinden im Aktionsraum

|              | 1. Woche | 2. Woche | 3. Woche |
|--------------|----------|----------|----------|
| Zu Hause     | 2,2      | 2,6      | 2,5      |
| Lokal        | 2,1      | 2,3      | 2,7      |
| überlokal    | 2,4      | 2,1      | 2,0      |
| Durchschnitt | 2,2      | 2,3      | 2,4      |

4.2.4. Zusammenfassung der Veränderungen im Kommunikationsverhalten

Arbeitslosigkeit geht mit einer Einschränkung der Sozialkontakte einher. Das ist der Tenor der bisherigen Arbeitslosenforschung. Viel zu wenig wurde dabei zwischen den verschiedenen Altersgruppen differenziert. Jugendliche, die sich in ihrem Freizeit- und Kommunikationsverhalten deutlich von anderen Altersgruppen unterscheiden, entwickeln daher auch in Teilbereichen andere Verarbeitungsstrategien ihrer Arbeitslosensituation. Die Tatsache, daß die Jugendlichen häufiger allein waren, kann nicht als Indiz für Isolation und Vereinzelung gelten. Die Kontakte zum Partner, zu den Eltern, zu Freunden und Bekannten steigen jedoch, Unterhalten und Diskutieren bekommen als Ersatz für Kontakte am Arbeitsplatz immer mehr Bedeutung. Der nahezu völlige Wegfall der Außen- bzw. Fremdkontakte (Amts- und Autoritätspersonen) birgt die Gefahr, daß sich die Jugendlichen in gewohnte Sphären, räumlicher und persönlicher Art, zurückziehen und damit die Entwöhnung von der Arbeit ihre Fortsetzung in der Reduktion der interpersonellen wie lokalen Mobilität findet.

#### 4.3 Einfluß des Medien- und Kommunikationsverhaltens auf die Chancen am Arbeitsmarkt

Die individuellen Merkmale (schlechte Qualifikation, unangepaßtes Auftreten) werden häufig als Grund dafür herangezogen, daß Jugendlichen keinen Arbeitsplatz finden. Es gilt jedoch in erster Linie zu fragen, warum es überhaupt Arbeitslosigkeit gibt und das Angebot an Arbeitskräften die Nachfrage übersteigt, und erst in zweiter Linie, warum bei bestehender Arbeitslosigkeit gerade *die* Jugendlichen arbeitslos sind, die faktisch arbeitslos sind.

Um zu überprüfen, ob das Medien- und Kommunikationsverhalten die Chancen auf Wiederbeschäftigung beeinflusst, wurde die Gruppe der Jugendlichen, die zwischen dem dritten und sechsten Monat ihrer Arbeitslosigkeit Arbeit fand, mit der Gruppe, die länger arbeitslos blieb, verglichen. Diese Jugendlichen werden in der Folge als 'langzeitarbeitslos' bezeichnet, obwohl die offizielle Terminologie diese Beschreibung für Jugendliche schon nach drei Monaten ohne Arbeit vorsieht. Da der Arbeitsbeginn der wiederbeschäftigten Untersuchungsteilnehmer irgendwann nach dem „dritten Monat ohne Arbeit“ erfolgte, waren eigentlich auch sie langzeitarbeitslos, der besseren Unterscheidung wegen wird diese Gruppe die Gruppe der 'Wiederbeschäftigten' genannt.

Als Indikatoren des Medien- und Kommunikationsverhaltens wurden für diese Fragestellung die Nutzungshäufigkeit der einzelnen Medien, die Häufigkeit des Alleinseins, die Schlafhäufigkeit sowie die Häufigkeit der Nennungen des „Zuhause-seins“ während der ersten Untersuchungswoche herangezogen. Ein T-Test zur Berechnung von Mittelwertunterschieden wurde für die statistische Analyse verwendet (vgl. Schubö/Uehlinger, 1984).

Die Gruppe der wiederbeschäftigten Jugendlichen verließ das Haus deutlich seltener als die Langzeitarbeitslosen ( $p < 0,1$ ), war aber seltener alleine. An jedem vierten Zeitpunkt gaben die langzeitarbeitslosen Jugendlichen an, alleine zu sein, die Wiederbeschäftigten in 15,8 % (= ein knappes Sechstel) der Zeitpunkte. Der hohe Anteil der Verheirateten unter den Jugendlichen, die nach drei Monaten wieder Arbeit fanden, dürfte dafür verantwortlich sein. Die Schlafhäufigkeit war bei den Wiederbeschäftigten etwas höher. Ergänzt man diese Ergebnisse um die Aussagen der Jugendlichen zur Arbeitssuche und Bewerbungsintensität (vgl. Kap. 6.2.) zeigt sich, daß eine höhere Arbeitsorientierung gegenüber dem traditionellen Arbeitsmarkt psychische Belastungen bewirkt, die sich in einem stärkeren Rückzug (Schlafen, zu Hause sein) bemerkbar machen. Dies bestätigt auch das geringfügig schlechtere Durchschnittsfinden der wiederbeschäftigten Jugendlichen nach drei Monaten ohne Arbeit (2,3 / Langzeitarbeitslose: 2,2). Eine alternative Arbeitsorientierung bzw. ein Ausweichen auf den informellen Wirtschaftssektor sollte jedoch nicht als „Arbeitsunwilligkeit“ interpretiert werden.

Nur geringe Unterschiede in den Mediennutzungsgewohnheiten waren zwischen den beiden Gruppen feststellbar. Die langzeitarbeitslosen Jugendlichen verbrachten mehr Zeit mit Medien, sie beschäftigen sich öfter mit Fernsehen und Musikhören, aber auch mit Lesen. 37,1 % der Zeitpunkte wurden mit Medien verbracht, die Wiederbeschäftigten gaben in 34,2 % der Fälle eine Mediennutzung an.

Ein Zusammenhang zwischen Medien- und Kommunikationsverhalten und Erfolgen am Arbeitsmarkt läßt sich nicht herstellen, solange die *Qualität* der Beziehung zu den Medien und den Kommunikationspartnern nicht betrachtet wird.

## 5. Zusammenfassung

Veränderungen im Kommunikationsverhalten sind Teilaspekte umfassender psychischer Prozesse, die mit dem Verlust der Arbeit einhergehen. Mittels Leitfadengesprächen und einem Zeit-Stichproben-Tagebuch wurden in der vorliegenden Longitudinaluntersuchung, die vom Bundesministerium für Soziale Verwaltung unterstützt wurde, 15 langzeitarbeitslose Jugendliche in Salzburg untersucht.

Eine deutliche Ausweitung der Mediennutzung nach *drei* Monaten ohne Arbeit konnte festgestellt werden. Diese Ausweitung beruht vorwiegend auf einer Intensivierung der Fernsehnutzung. Fernsehen kann als negative Bewältigungsstrategie gewertet werden, da Flucht- und Ersatzfunktionen die Bildungsmöglichkeiten dieses Mediums deutlich überwiegen. Fernsehen wird zum Ersatz für andere Tätigkeiten, die mit finanziellem Aufwand verbunden sind, zum Mittel gegen Langeweile und zum Mittel zur Ablenkung von der Realität. Von formal gebildeten Jugendlichen wird die arbeitslose Zeit vermehrt zum Lesen von Büchern verwendet. Obwohl kommunikative Tätigkeiten wie Unterhalten und Diskutieren nach drei beschäftigungslosen Monaten zunehmen, beschränkt sich diese Kommunikation sehr stark auf vertraute Personen. Dieser Rückzug wird durch eine Verringerung der räumlichen Mobilität verstärkt bzw. mitverursacht. Belastungen, die man am schlechteren Durchschnittsfinden erkennen kann, werden sichtbar, wenn die Jugendlichen mit ihrem Partner bzw. Freund, ihren Eltern oder Verwandten zusammen sind. Die deutliche Reduktion der Außen- bzw. Fremdkontakte (Amts- und Autoritätspersonen) bringt die Gefahr mit sich, außerhalb dieses eingeschränkten Kommunikationsraumes orientierungslos zu werden. Eine Stellenvermittlung allein kann dann zu wenig sein. Berufsvorbereitende Kurse, deren Schwergewicht nicht auf konkrete Berufsanforderungen gelegt werden, sondern auch besonders zur Steigerung des Selbstwertgefühles beitragen, sind notwendig.

Die Analyse der Veränderungen nach *sechs* Monaten ohne Arbeit zeigt einen deutlichen Anpassungsprozeß an die Arbeitslosensituation. Die Mediennutzungshäufigkeit geht leicht zurück, Außenkontakte werden verstärkt, die Mobilität steigt. Vor dem Hintergrund der fünf Einzelfälle läßt sich diese mögliche Form der Bewältigung interpretieren. Das Entwickeln von alternativen Strategien bedarf jedoch einer ungebrochenen Haltung. Einige Jugendliche schaffen dies, zum einen aufgrund ihres sozioökonomischen-Status und zum anderen aufgrund ihrer alternativen Arbeitsorientierung. Eine Hochrechnung dieser Ergebnisse ist nicht zulässig.

Solange die Nachfrage nach Arbeitsplätzen das Angebot übertrifft, sind Kursmaßnahmen mit „integrierter Sozialbetreuung“ unbedingt erforderlich. Durch die Zusammenarbeit von Sozialarbeitern, Lehrern, Psychologen und Kommunikationspädagogen können bestehende und durch die Arbeitslosigkeit entstehende Defizite behoben werden.

## Anmerkungen:

- 1 Vgl. Bundesministerium für soziale Verwaltung: Forschungsberichte aus Sozial- und Arbeitsmarktpolitik. Nr. 12: Jugendliche auf dem österreichischen Arbeitsmarkt. Wien 1984. Die Zahlen für die Jahre 1985 und 1986 entstammen eigenen Berechnungen, die auf Basis von, vom Referat für Statistik des Landesarbeitsamtes Salzburg zur Verfügung gestellten Zahlen ermittelt wurden. Durch Anpassungen an internationale Kriterien der Erfassung von arbeitslosen Jugendlichen (eine gesonderte statistische Auswertung der Gruppe der 19- bis 25-jährigen konnte erst Mitte 1983 vorgenommen werden, da diese bis dahin nicht als 'Jugendliche' bezeichnet wurden) und die Umstellung der Verwaltung der Arbeitsämter auf Elektronische Datenverarbeitung können längerfristige Vergleiche nicht durchgeführt werden. Dies betrifft vor allem Berechnungen über die Dauer der Arbeitslosigkeit.
- 2 Langzeitarbeitslose sind länger als sechs Monate ohne Arbeit, in der Altersgruppe der 15- bis 25-jährigen gelten seit 1983 die als langzeitarbeitslos, die länger als drei Monate arbeitslos sind.
- 3 Vgl. etwa: Luger, 1984; Hickethier, 1982; Kübler, 1982; Prugger, 1985; Klupacek, 1985; Rust, 1984; Rogge, 1982.

## SUMMARY

15 workless young people in Salzburg (Austria) took part in a longitudinal research project, supported by the Austrian ministry of social administration. The unemployed were asked for interviews and to do a 'time-sample-diary' to carry out their changes in media use, their ability to communicate and their mood after jobloss. The increase of media-use has to be seen as a response on less money being out of work. The amount of social contacts has raised too, but the content and location of encounters and the range of people met are reduced after becoming unemployed. For reintegration after a long period out of work, it might not be enough to obtain a job.

## RÉSUMÉ

15 jeunes chômeurs de Salzburg (Autriche) ont pris part à un projet de recherche longitudinal, soutenu par le Ministère de l'Administration sociale. On a demandé aux chômeurs de donner des interviews et de faire un „journal sur l'emploi de leur temps“, pour réaliser leurs changements dans l'utilisation des médias, leur habileté à communiquer et leur disposition d'esprit après la perte de leur travail. L'augmentation de l'utilisation des médias doit être vue comme une réponse au manque d'argent lorsque l'on est sans travail. La quantité des contacts sociaux a également augmenté, mais le contenu, la localisation des rencontres et le cercle humain rencontré sont réduits après le fait d'être sans travail. Concernant la réintégration, après une longue période de chômage, il ne serait pas suffisant d'obtenir seulement un travail.

## RESUMEN

15 juveniles desocupados en Salzburgo (Austria) tomaban parte en un proyecto de investigación longitudinal, protegido por el ministerio de administración social. Los desocupados fueron rogados por interviús y por un diario de muestra en lo que registrarían su consumo cambiado de los medios, su capacidad de comunicarse y su disposición de ánimo después de perder su puesto. Se debe considerar el aumento del consumo de los medios como una respuesta a menos dinero debido al paro. Los contactos sociales han aumentado también, pero el tenor y el lugar de los encuentros y el espectro de gente encontrada son reducidos después de quedarse desocupado. Parece que para reintegración después de mucho tiempo de desocupación no bastaría obtener un puesto de trabajo.

## *Literatur*

AMT DER SALZBURGER LANDESREGIERUNG: Bevölkerungs- und Arbeitsmarktprognoze für das Bundesland Salzburg, die politischen Bezirke und die Arbeitsmarkregionen (1984-1990, Vorausschau 1995). Salzburg 1985.

ARBEITSGEMEINSCHAFT FESSEL+GfK-INSTITUT/IFES: Kontinuierlicher Infratest (KIT). Programmkompas 1983. Studie im Auftrag des ORF. Wien 1984.

ARBEITSGEMEINSCHAFT FESSEL+GfK-INSTITUT/IFES: Kontinuierlicher Infratest (KIT). Programmkompas 1984. Studie im Auftrag des ORF. Wien 1985.

AUTISCHER, Alfred/MAIER-RABLER, Ursula: Kommunikation im Stadtteil. Phil. Diss. Salzburg 1984.

BAKKE, E.W.: Unemployed Men. London 1933.

BBC BROADCASTING RESEARCH (Hrsg.): Daytime viewing and preferences among a sample of unemployed respondents. London 1982. Vervielf. Manus.

BANKS, Michael/ULLAH, Philip/WARR, Peter: Unemployment and less qualified urban young people. In: Employment Gazette, Vol. 92 (1984), S. 343-346.

BEALES, H.L./LAMBERT, R.S.: Memoirs of the Unemployed. London 1934.

BECKMANN, Niels/HAHN, Klaus-Dieter: Arbeitslosigkeit und Veränderungen im Lebensstil. In: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, Heft 1 (1982), S. 69-77.

BENNINGHAUS, H.: Deskriptive Statistik. Statistik für Soziologen I. Stuttgart 1982.

BRINKMANN, Christian: Finanzielle und psycho-soziale Belastungen während der Arbeitslosigkeit. In: Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung, Heft 9 (1976), S. 397-413.

BRANDSTÄTTER, Hermann: Emotional Responses to Other Persons in Everyday Life Situations. In: Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 45 (1983), S. 871-883.

BRANDSTÄTTER, Hermann: Wohlbefinden und Unbehagen. In: TACK, W. H. (Hrsg.): Bericht über den 30. Kongress der DGfPs in Regensburg 1976. Göttingen 1977.

BUNDESMINISTERIUM FÜR SOZIALE VERWALTUNG: Forschungsberichte aus Sozial- und Arbeitsmarktpolitik. Nr. 12. Jugendliche auf dem österreichischen Arbeitsmarkt. Wien 1984.

BUNDESMINISTERIUM FÜR SOZIALE VERWALTUNG: Arbeitsmarktpolitisches Jugendprogramm 1985/86. Wien 1985.

DARKOW, Michael: Weniger Fernsehen, mehr Hörfunk. Mediennutzung und -bewertung in der jüngeren Generation. In: Medien, Heft 1 (1982), S. 31-35.

EISENBERG, G.P./LAZARSFELD, P.: The psychological effects of unemployment. In: Psychological Bulletin, Vol. 35 (1938), S. 358-390.

FESSEL+GfK-INSTITUT: Jugend und Fernsehen. Studie im Auftrag des ORF. Wien 1980.

FESSEL+GfK-INSTITUT: Grundlagenuntersuchung MM-Audio-Geräte bei Jugendlichen. Studie im Auftrag der Philips GesmbH. Wien 1979.

FESSEL+GfK-INSTITUT: Jugend und Radionutzung. Studie im Auftrag des ORF. Wien 1983.

FRESE, Michael/MOHR, Gisela: Die psychopathologischen Folgen des Entzugs von Arbeit: Der Fall Arbeitslosigkeit. In: Frese, M./Greif, S./Semmer, N. (Hrsg.): Industrielle Psychopathologie. Bern, Stuttgart, Wien 1978. S. 282-320.

FRIEDRICHS, Jürgen: Stadtanalyse. Reinbek 1977.

FUCHS, Werner: Biographische Forschung. Opladen 1984.

GEHMACHER, Ernst: Jugend in Österreich. Die unberechenbare Generation. Wien 1981.

HEINEMANN, Klaus: Arbeitslose Jugendliche. Darmstadt, Neuwied 1978.

HEINZE, Thomas/KLUSEMANN, Hans-W.: Theoretische und methodenpraktische Überlegungen zur Interpretation narrativer Interviews. Fernuniversität Hagen 1978.

HICKETHIER, Knut: Medienbiographien – Bausteine für eine Rezeptionsgeschichte. In: Medien und Erziehung, Heft 4 (1982), S. 206-215.

HOLZER, Horst: Kommunikationssoziologie. Reinbek 1973.

HÖRSCHINGER, Peter/MAIER-RABLER, Ursula: Inhaltsanalyse und EDV in Österreich. Salzburg 1985.

INSTITUT FÜR ALLTAGSKULTUR: „Fallstudie Stadt – Salzburg“. Salzburg 1986. Vervielf. Manus.

INSTITUT FÜR PUBLIZISTIK UND KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT DER UNIVERSITÄT SALZBURG (Hrsg.): Massenmedien in Österreich. Medienbericht II. Wien 1983.

JACKSON, Paul/WARR, Peter: Unemployment and psychological ill-health: the moderating role of duration and age. In: Psychological Medicine, Vol 14 (1984), S. 605-614.

JAHODA, Marie: Wieviel Arbeit braucht der Mensch? Weinheim 1983.

JAHODA, Marie/KIESELBACH, Thomas/LEITHÄUSER, Thomas: Arbeit, Arbeitslosigkeit und Persönlichkeitsentwicklung. Universität Bremen. Bremer Beiträge zur Psychologie. Reihe A: Psychologische Forschungsberichte, Nr. 23 (1983).

JAHODA, Marie/LAZARSELD, Paul F./ZEISEL, Hans: Die Arbeitslosen von Marienthal. Ein soziographischer Versuch. Frankfurt a. M. 1975.

JUGENDWERK DER DEUTSCHEN SHELL: Jugend '81. Opladen 1982.

KIESELBACH, Thomas/OFFE, Heinz: Arbeitslosigkeit. Darmstadt 1979.

KIRCHLER, Erich: Arbeitslosigkeit und Alltagsbefinden. Linz 1984.

KLUPACEK, Gudrun: Zur Rezeptionsgeschichte des österreichischen Rundfunks. Phil. Diss. Salzburg 1985.

KREFT, Irmgard/VATTES, Hedwig/WOLF, Friederich O.: Psychologische Aspekte der Jugendarbeitslosigkeit. In: Heigl-Evers, A. (Hrsg.): Lewin und die Folgen. Die Psychologie des 20. Jahrhunderts. Zürich 1979. S. 576-585.

LINDNER, Rolf: Jugendkultur und Subkultur als soziologische Konzepte. In: Brake, Mike: Soziologie der jugendlichen Subkultur. Frankfurt-New York 1981. S. 265-298.

LÖHR, Paul: Arbeitslose Jugendliche – eine Zielgruppe für Fernsehen und Hörfunk? Schriftenreihe Internationales Zentralinstitut für das Bildungs- und Jugendfernsehen. München, New York, London, Paris 1985.

LUGER, Kurt: Die biographische Methode in der Kommunikationsforschung. In: Medien-Journal, Heft 3 (1984), S. 13-20.

LUGER, Kurt: Medine im Jugendalltag. Wien, Köln, Graz 1985.

MAURER, Johann/PICHELMANN, Karl/WAGNER, Michael: Transaktionsrisiko bei unvollständiger Information. Befunde zum österreichischen Arbeitsmarkt. Wien: Institut für Höhere Studien 1981. Vervielf. Manus.

ÖSTERREICHISCHES INSTITUT FÜR BERUFSBILDUNGSFORSCHUNG (ÖIBF): Jugendliche ohne Berufsausbildung. Wien 1983.

ÖSTERREICHISCHES INSTITUT FÜR BERUFSBILDUNGSFORSCHUNG (ÖIBF): Lebensweise von Arbeitslosen mit besonderer Berücksichtigung der Mediennutzung. Studie im Auftrag des ORF. Wien 1983.

ÖSTERREICHISCHES STATISTISCHES ZENTRALAMT: Mikrozensus-Sonderprogramm. Wien 1985.

PELZMANN, Linde: Wirtschaftspsychologie. Arbeitslosenforschung, Schattenwirtschaft, Steuerpsychologie. Wien-New York 1985.

PFEIL, E./GANZERT, J.: Die Bedeutung der Verwandten für die großstädtische Familie. In: Zeitschrift für Soziologie, Nr. 2 (1973), S. 366-383.

PRUGGER, Prisca: Fernsehen in Südtirol. Phil. Diss. Salzburg 1985.

ROBB, M.: The psychology of the unemployed from a medical point of view. In: Beales, H.L./Lambert, R.S.: Memoirs of the Unemployed. London 1934.

ROGGE, Jan-Uwe: Die biographische Methode in der Medienforschung. In: Medien und Erziehung, Heft 5 (1982), S. 273-287.

ROSENGREN, Karl Erik/WINDAHL, Swen: Funktionale Aspekte bei der Nutzung von Massenmedien. In: Maletzke, G.: Einführung in die Massenkommunikationsforschung. Berlin 1972. S. 169-186.

RUST, Holger: Biographische Medienforschung: Ein Schritt auf dem Weg zur „kontextuellen“ Medienwissenschaft. In: Medien-Journal, Heft 3 (1984), S. 20-29.

RUST, Holger: Persönliche Dokumente und die Rekonstruktion einer Biographie, Inhaltsanalysen der Briefe der J. Mastersons (1868-1937). In: Siegener Periodicum für Internationale Empirische Literaturwissenschaft, Heft 2 (1984), S. 263-294.

SCHUBÖ, Werner/UEHLINGER, Hans-Martin: SPSSX. Handbuch der Programmversion 2. Deutsche Ausgabe. Stuttgart, New York 1984.

SCHULZ, Wolfgang: Sozialkontakte in der Großstadt. Wien 1978.

ULLAH, Philip/BANKS, Michael: Youth Unemployment and Labour Market Withdrawal. In: Journal of Economic Psychology, Vol. 6 (1985), S. 51-64.

WACKER, Ali: Arbeitslosigkeit als Sozialisierungserfahrung – Skizze eines Interpretationsansatzes. In: Leithäuser, T./Heinz, W.R. (Hrsg.): Produktion, Arbeit, Sozialisation. Frankfurt 1976.

WACKER, Ali: Arbeitslosigkeit. Frankfurt a. M. 1983.

WACKER, Ali: Differentielle Verarbeitungsformen von Arbeitslosigkeit – Anmerkungen zur aktuellen Diskussion in der Arbeitslosenforschung. In: Prokla. Zeitschrift für politische Ökonomie und sozialistische Politik, Heft 53 (1983), S. 77-88.

WAHL, Klaus/HONIG, Michael-Sebastian/GRAVENHORST, Lerke: Wissenschaftlichkeit und Interessen. Frankfurt a. M. 1982.

WARR, Peter: Work, jobs and unemployment. In: Bulletin of the British Psychological Society, Vol. 36 (1983), S. 305-311.

WARR, Peter: Reported behavior changes after job loss. In: British Journal of Social Psychology, Vol. 23 (1984), S. 271-275.

WARR, P./JACKSON, P.: Self-Esteem And Unemployment Among Young Workers. In: Le travail humain, Tome 46 (1983), S. 355-366.

WITZEL, Andreas: Verfahren der qualitativen Sozialforschung. Frankfurt a. M. – New York 1982.

ZAWADSKI, Bohan/LAZARSELD, Paul: The psychological consequences of unemployment. In: Journal of Social Psychology, Vol. 6 (1935), S. 224-251.