

Inhalt

Vorwort.....	11
A) Einleitung.....	13
B) Ausgangslage und Forschungshintergrund	23
1 Berufsorientierung als Interaktionsprozess.....	23
1.1 Zum Einfluss der Eltern auf die Berufsorientierung.....	29
1.1.1 Die Eltern als Sozialisationsinstanz.....	29
1.1.2 Die Eltern als Beratungsinstanz.....	37
1.1.3 Zusammenfassung.....	42
1.2 Zur Rolle der Schule im Berufsorientierungsprozess.....	44
1.2.1 Schule als Bildungsinstitution.....	45
1.2.2 Schule als Interaktionsraum.....	52
1.2.3 Zusammenfassung.....	67
1.3 Zum Einfluss der Peergroup auf die Berufsorientierung.....	69
1.3.1 Peergroups als Wegbegleiter.....	70
1.3.2 Zur Identitätsbildung in der Adoleszenz.....	73
1.3.3 Der Computer als Freizeitbeschäftigung.....	77
1.3.4 Peergroup und Berufsorientierung.....	83
1.3.5 Zusammenfassung.....	86
1.4 Zur Rolle der Berufsberatung im Berufsorientierungsprozess.....	88
1.4.1 Entwicklung und Aufgaben der Berufsberatung.....	89
1.4.2 Instrumente der Bundesagentur für Arbeit zur Berufsorientierung	94
1.4.3 Wirkungen und Grenzen der Berufsberatung.....	102
1.4.4 Zusammenfassung.....	113
1.5 Das Internet als Instanz der Berufsorientierung.....	115
1.5.1 Das Internet: Geschichte und Entwicklung.....	116

1.5.2 Das Internet und seine Nutzung durch Jugendliche.....	118
1.5.3 Internet und Berufsorientierung.....	121
1.5.4 Zusammenfassung	132
1.6 Die idee_it-Begleitforschung.....	133
1.6.1 Die Eltern	137
1.6.2 Die Schule	139
1.6.3 Die Peergroup.....	140
1.6.4 Die Berufsberatung.....	142
1.6.5 Das Internet.....	144
1.6.6 Informationsbroschüren.....	145
1.6.7 Zusammenfassung.....	146
1.7 Zusammenfassung.....	147
2 Beratung und Information als Kommunikationsprozess.....	151
2.1 Zum Begriff der Kommunikation.....	152
2.1.1 Vom sozialen Verhalten zur Kommunikation.....	153
2.1.2 Kommunikation aus systemtheoretischer Perspektive.....	158
2.1.3 Kommunikationsmedien.....	160
2.2 Ebenen der Kommunikation.....	163
2.3 Formen der Kommunikation.....	166
2.3.1 Face-to-Face-Kommunikation.....	168
2.3.2 Computervermittelte Kommunikation.....	171
2.4 Medienwahl.....	184
2.4.1 Die normative und interpersonale Medienwahl.....	184
2.4.2 Die rationale Medienwahl und der Uses-and- Gratifications Ansatz.....	185
2.5 Das Kommunikationsmedium Sprache.....	187
2.5.1 Sprache und Geschlecht.....	188
2.5.2 Sprache und Berufsorientierung	190
2.6 Zusammenfassung.....	195

C) Empirische Untersuchungen.....	199
3 Fragestellung.....	199
4 Methodisches Konzept.....	203
4.1 Zum Konzept der Triangulation	203
4.2 Forschungsprozess und Datenbasis.....	206
4.2.1 Die quantitative idee_it-Begleitforschung.....	207
4.2.2 Die qualitative Studie.....	210
4.3 Erhebungsmethoden: Theoretische Konzepte und praktische Erfahrungen.....	213
4.3.1 Das leitfadengestützte problemzentrierte Interview	213
4.3.2 Die Gruppendiskussionen.....	220
4.4 Das Auswertungsverfahren.....	227
5 Empirische Ergebnisse	232
5.1 Technisches Interesse und der Beginn der Berufsorientierungsphase.....	232
5.1.1 Technisches Interesse als Faktor der Berufsorientierung.....	232
5.1.2 Rahmenbedingungen der Berufsorientierung: Lebensalter und Arbeitsmarkt.....	244
5.1.3 Zusammenfassung.....	246
5.2 Berufsorientierung als Informationsprozess.....	248
5.2.1 Das Praktikum und die Orientierung an Bekanntem	248
5.2.2 Das BIZ und die Frage der beruflichen Eignung	254
5.2.3 Informationsbroschüren und die Möglichkeit der Selbststeuerung.....	257
5.2.4 Zusammenfassung.....	261
5.3 Die Berufsberatung als Informationsquelle im Berufsorientierungsprozess.....	263

5.3.1 Die Erfahrungen der Jugendlichen bei unterschiedlichem Beratungsbedarf.....	263
5.3.2 Zur Marktorientierung der Berufsberatung: „Die schieben einem die Berufe hin, die sie nicht loswerden“.....	277
5.3.3 Vom Widerstand gegen technische Berufswünsche und deren Verteidigung.....	281
5.3.4 Der doppelte Genderbias der Berufsberatung.....	288
5.3.5 Die unterschiedliche Bewertung der Berufsberatung durch die Befragten.....	301
5.3.6 Reformvorschläge der Jugendlichen für die Berufsberatung.....	307
5.3.7 Zusammenfassung.....	314
5.4 Die Bedeutung des Internets im Berufsorientierungsprozess.....	318
5.4.1 Nutzungsmöglichkeiten und Suchstrategien.....	318
5.4.2 Beweggründe für die Internetnutzung aus der Perspektive der Jugendlichen.....	324
5.4.3 Das Internet als Kommunikationsplattform.....	336
5.4.4 Das Internet als egalisierende Informationsquelle und Hilfe zur Selbsthilfe.....	341
5.4.5 Zusammenfassung.....	350
5.5 Berufsorientierung als Kommunikations- und Interaktionsprozess im sozialen Nahfeld	354
5.5.1 Unterstützung und Zustimmung.....	354
5.5.2 Bedingte Unterstützung.....	363
5.5.3 Geschlechterstereotype Lenkung, offene Ablehnung und die Reaktionen der Jugendlichen.....	366
5.5.4 Zusammenfassung.....	374
D) Schlussbetrachtung.....	377
6 Diskussion der Ergebnisse	377
6.1 Ergebnisse zum sozialen Nahfeld.....	379

6.2 Ergebnisse zur Berufsberatung.....	387
6.3 Ergebnisse zum Internet.....	396
7 Ausblick.....	402
Literaturverzeichnis.....	409
Abbildungen	432
Tabellen.....	432