

AUS DER WISSENSCHAFTLICHEN PERSPEKTIVE:

JUGENDARBEIT MIT VIRTUELLEN
ZUGÄNGEN –
KONZEPTION UND ERSTE
ERGEBNISSE DES
FORSCHUNGSPROJEKTES
"SMARTE JUGENDARBEIT IN
SACHSEN"

Tanja Brock,
Wissenschaftliche Mitarbeiterin am ehs Zentrum Dresden

Impulsvortrag im Rahmen des 1. Themenkreis: „Zugangswege und Ansprache junger Menschen zu Angeboten virtueller Jugendberufsagenturen“ | Chemnitz, 04.09.2019

Gliederung

1. Vorstellung des Forschungs- und Praxisentwicklungsprojektes
„Smarte Jugendarbeit in Sachsen“
2. Hintergrund: Mediatisierungsprozesse und Jugendkultur
3. Erste Ergebnisse aus der Empirie
 - 3.1 Ergebnisse aus der quantitativen Erhebung
 - 3.2 Ergebnisse aus der qualitativen Erhebung:
Zur (Nicht-)Erreichbarkeit von Jugendlichen im Rahmen von
Jugendarbeit
 - 3.3 Ergebnisse aus der qualitativen Erhebung: Probleme und
Lösungsansätze
4. Fazit: Perspektiven für eine smarte Jugendarbeit

1. Vorstellung des Forschungsprojektes

Wie lässt sich Jugendarbeit an die Erfordernisse des digitalen Zeitalters anpassen?

Wie nehmen Fachkräfte den Übergang ins digitale Zeitalter wahr?

Wie schätzen sie ihre Kompetenzen ein diesen erfolgreich zu bewältigen?

Im Rahmen welcher Konzepte könnte dies gelingen?

Smarte Jugendarbeit

Im November 2017 hat der EU-Jugendministerrat beschlossen Rahmenbedingungen für eine „smarte Jugendarbeit“ zu schaffen:

- Gleiche Ziele wie die allgemeine Jugendarbeit, wobei durch die Nutzung von digitalen Medien und Technologien diese Ziele stets unterstützt werden sollen
- Digitale Medien und Technologien können ein Instrument, eine Tätigkeit oder ein Inhalt sein
- findet im persönlichen face-to-face-Kontakt als auch in Online-Umgebungen bzw. in einer Mischung aus beiden Formen statt

IV
(Informationen)

INFORMATIONEN DER ORGANE, EINRICHTUNGEN UND SONSTIGEN
STELLEN DER EUROPÄISCHEN UNION

RAT

Schlussfolgerungen des Rates zur smarten Jugendarbeit
(2017/C 418/02)

DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION —

NIMMT FOLGENDES ZUR KENNNTNIS:

1. die in der Anlage zu diesen Schlussfolgerungen enthaltenen politischen Hintergrundinformationen zu diesem Thema;
2. den aktuellen Arbeitsplan der Europäischen Union für die Jugend (2016-2018), mit dem ein Beitrag zum Umgang mit den Herausforderungen und Chancen des digitalen Zeitalters in Bezug auf die Jugendpolitik, die Jugendarbeit und junge Menschen geleistet wird;
3. die politischen Empfehlungen der Sachverständigengruppe zum Thema „Risiken, Chancen und Auswirkungen der Digitalisierung für junge Menschen, die Jugendarbeit und die Jugendpolitik“;

STELLT FOLGENDES FEST:

4. Digitale Medien und Technologien gehören zunehmend zum Alltag und sind eine tragende Säule für Innovation und Entwicklung in der Gesellschaft. Es ist offensichtlich, dass junge Menschen zu den Katalysatoren des gesellschaftlichen Wandels zählen, was unser anderem daran liegt, dass sie sich die digitalen Medien und Technologien aktiv zu eigen machen.
5. Die technologischen Entwicklungen eröffnen ein großes Potenzial für die Befähigung junger Menschen, indem Informationen zugänglich gemacht und die Möglichkeiten zur Verbesserung der persönlichen Fähigkeiten und Kompetenzen vermehrt werden: sie schaffen Möglichkeiten für die Vernetzung und Interaktion mit anderen, aber auch für die Äußerung der eigenen Ansichten, für Kreativität, für die Verwirklichung der eigenen Rechte und einer aktiven Bürgerschaft.
6. Eine bessere Einbeziehung technologischer Entwicklungen in die Befähigung junger Menschen ist auch für die künftigen Arbeitsmarktperspektiven und den beruflichen Werdegang junger Menschen von Bedeutung.
7. Die Entwicklung von Technologien ermöglicht intelligente Lösungen und die Analyse großer Datenmengen; sie sorgt für Innovation in den Methoden und Konzepten der Jugendarbeit, wodurch die Planung, Umsetzung, Bewertung, Sichtbarkeit und Transparenz der Jugendarbeit und der Jugendpolitik unterstützt werden.
8. Die Ausschöpfung des positiven Potenzials der digitalen Medien und Technologien hängt von einer Reihe von Voraussetzungen und Kompetenzen ab. So wird etwa durch den begrenzten Zugang zu Technologien, digitalen Umgebungen und zu entsprechender Unterstützung und Fortbildung die digitale Kluft in der Gesellschaft noch weiter vertieft. Was die Kompetenzen anbelangt, so sind Informations- und Datenkompetenz, Kommunikation und Zusammenarbeit, die Erzeugung digitaler Inhalte, Sicherheit und Problemlösung in digitalen Umgebungen sowohl für die jungen Menschen selbst als auch für jene, die mit jungen Menschen arbeiten, wichtig.
9. Intelligent, informiert und zielgerichtet durchgeführte Maßnahmen sind wichtig, um die notwendigen Kompetenzen und sichere Instrumente zur Vermeidung und Beherrschung der Risiken des digitalen Zeitalters zu entwickeln, zu denen die negativen Auswirkungen von zu viel Zeit vor dem Bildschirm, Internetsucht, Cybermobbing, Sexting, die Verbreitung von Falschmeldungen, Propaganda, Hassrede, Online-Gewalt und gewalttätige Radikalisierung, Gefährdung der Privatsphäre einschließlich der unbefugten Nutzung und des Missbrauchs von Daten sowie anderer Formen möglicher Schädigungen. Die Jugendarbeit und die Jugendpolitik können entscheidend dazu beitragen, junge Menschen und besonders jene mit geringeren Chancen, ihre Familien, Jugendbetreuerinnen und -betreuer, Jugendleiterinnen und -leiter sowie andere Akteure der Jugendförderung zu sensibilisieren und ihre Kompetenzen zu verbessern.

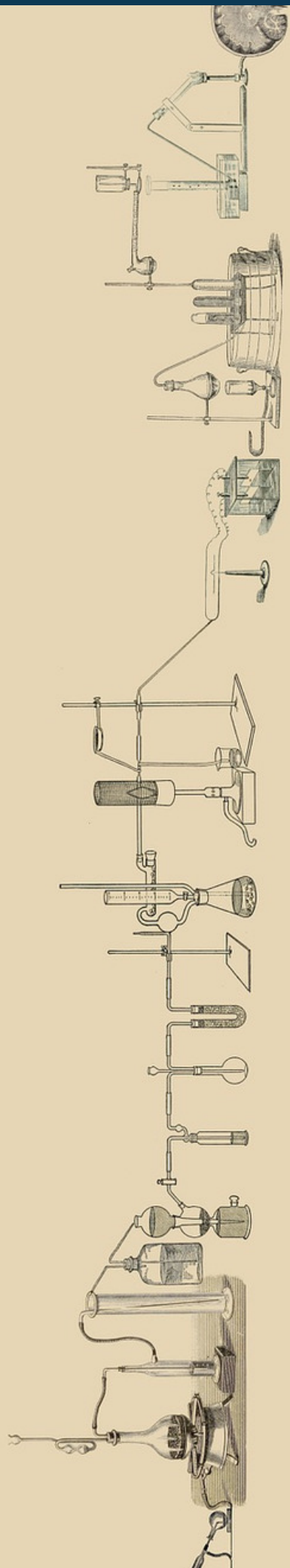
Forschungsdesign

Quantitative und qualitative Datenerhebung mit folgenden Zielgruppen:

- Mitarbeiter*innen der Jugendarbeit in Sachsen
- Adressat*innen/Nutzer*innen der Jugendarbeit in Sachsen (im Alter ab 10 Jahren)
- Studiengangsleiter*innen an Hochschulen in Sachsen mit Ausbildungsinhalt Soziale Arbeit
- Studentische Vertreter*innen an Hochschulen in Sachsen mit Ausbildungsinhalt Soziale Arbeit

Konzeptlabor

- Systematisierung der Ergebnisse
- Entwicklung von zukunftsfähigen Konzepten einer smarten Jugendarbeit sowie von Curriculumsinhalten für die akademische Ausbildung
- Zusammenarbeit mit Expert*innen aus Wissenschaft, Praxis und Politik



2. Hintergrund: Mediatisierungsprozesse und Jugendkultur

These der Mediatisierungsforschung:

Mit dem gegenwärtigen Wandel hin zu einer digitalen Gesellschaft werden sämtliche Lebensbereiche neu strukturiert.

2. Hintergrund: Mediatisierungsprozesse und Jugendkultur

„Aber es ist gerade ein Kennzeichen der Entwicklung und des Wandels von Kommunikation heute, dass die Digitalisierung von Daten und ihre Verarbeitung im Computer nicht auf die Medien der öffentlichen Kommunikation oder überhaupt auf die Medien beschränkt sind. Sie führt nicht nur oder auch nur in erster Linie zu einem neuen Fernsehen oder einer neuen Zeitung oder zu neuen Nutzungen dieser Medien. Stattdessen sind davon alle Bereiche menschlichen Lebens, das Netz der sozialen Beziehungen der Menschen insgesamt und darüber alle Bereiche von Kultur und Gesellschaft betroffen.“ (Krotz 2007: 31)

2. Hintergrund: Mediatisierungsprozesse und Jugendkultur

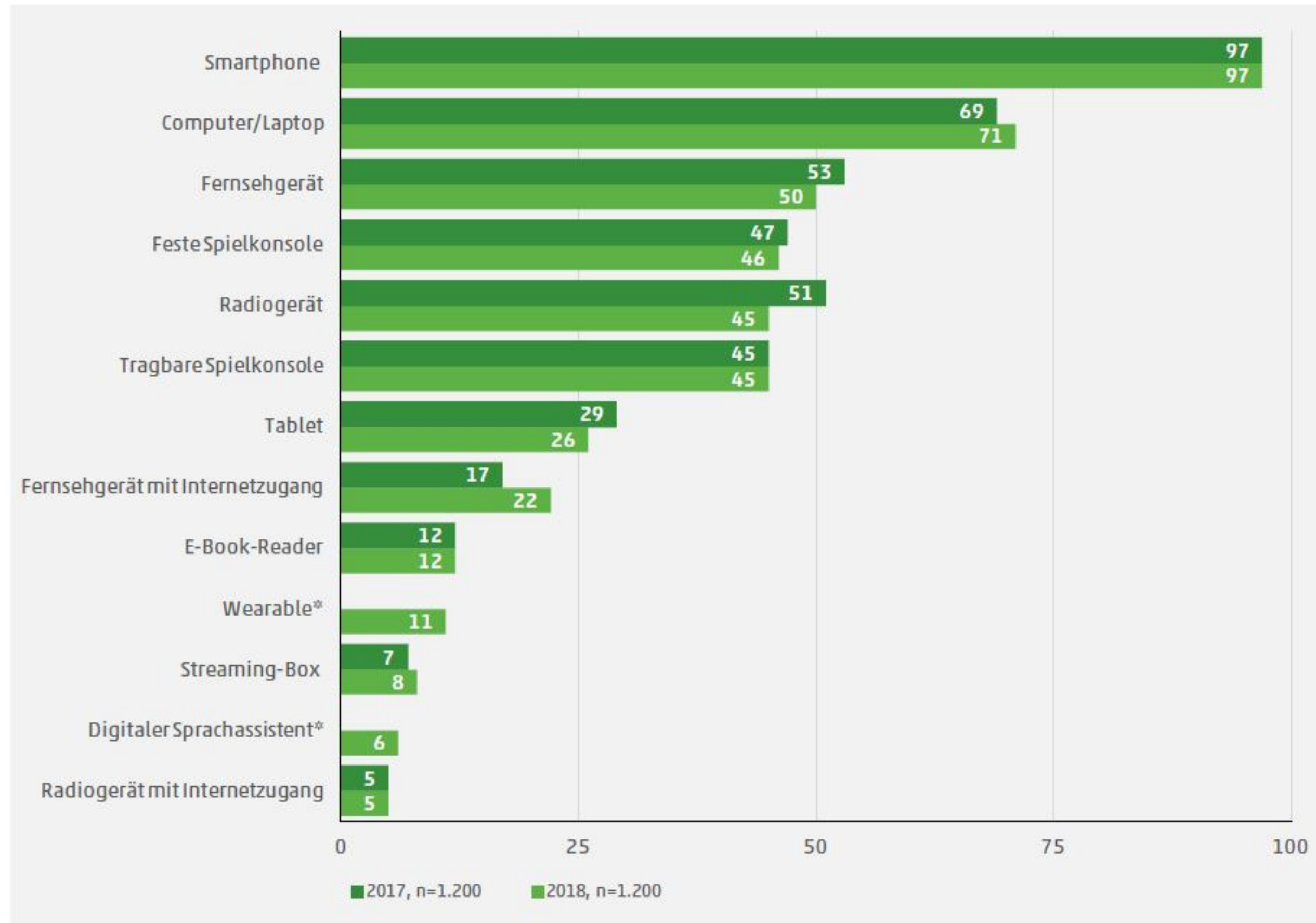
„Auf der einen Seite leben Jugendliche in mediatisierten Welten und verlagern ihr kommunikatives Handeln in digitale Medien wie Social Networks oder Onlinerollenspiele hinein. Auf der anderen Seite verleiben sich Jugendliche digitale Medien buchstäblich ein. Insbesondere portable konvergente Medien wie das Smartphone werden dabei zum unverzichtbaren und höchst privaten Teil einer Person, der immer und überall verfügbar ist und auf dem sämtliche kommunikative Praktiken gebündelt werden.“ (Krotz/Schulz 2017: 32)

2. Hintergrund: Mediatisierungsprozesse und Jugendkultur

"Die digitalen Medien bzw. die digital-vernetzte Infrastruktur nimmt Einfluss auf die Art und Weise, wie Jugendliche ihren Alltag und die Zeiten mit der Familie gestalten, wie sie Peer- und Partnerschaftsbeziehungen pflegen, ihren Schul-, Ausbildungs- und Studienalltag organisieren, wie sie sich orientieren und Zugehörigkeit herstellen sowie sich politisch, kulturell und religiös positionieren." (15. KJB 2017: 59)

Gerätebesitz Jugendlicher 2018

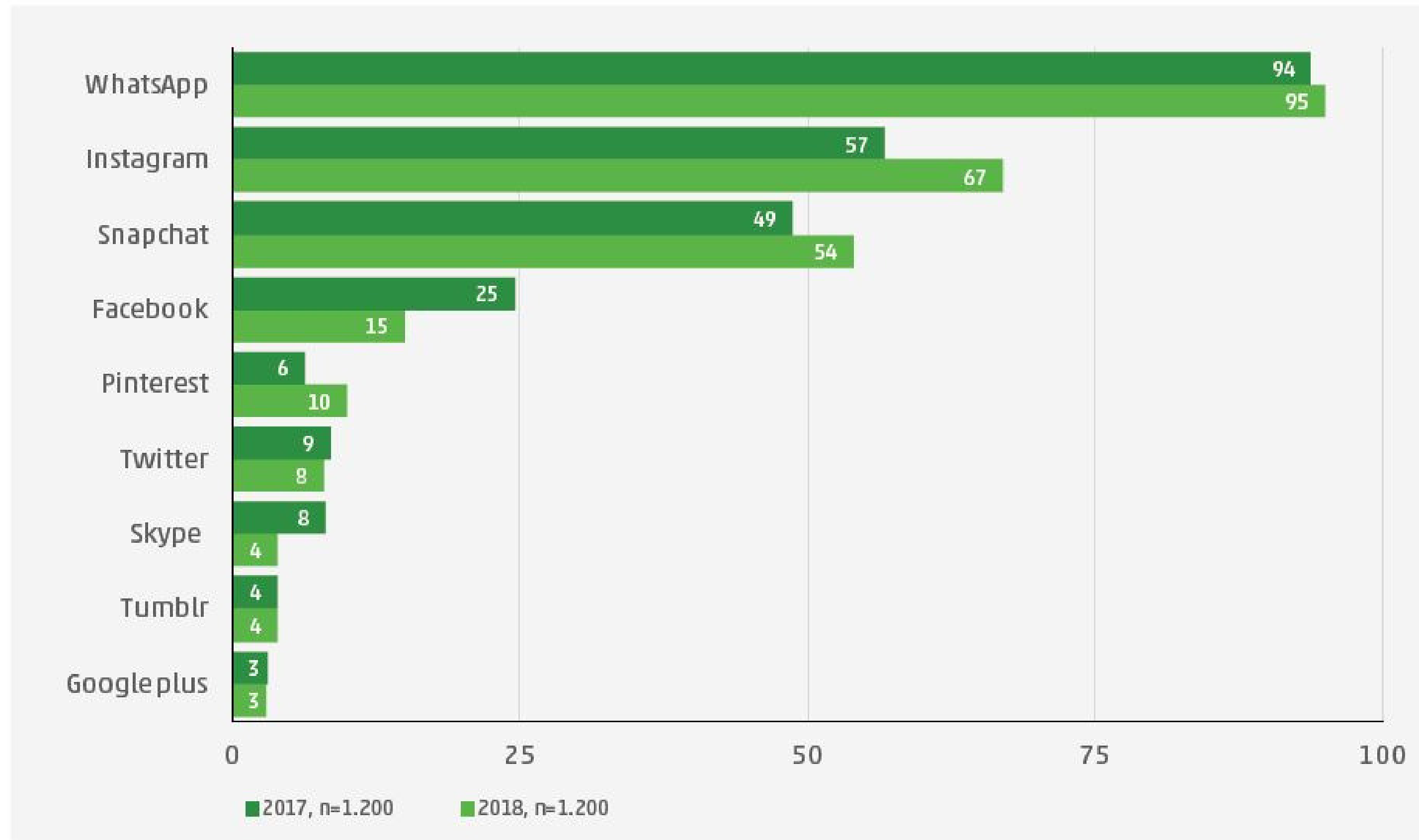
- Auswahl -



Quelle: JIM 2017, JIM 2018, Angaben in Prozent, *2017 nicht abgefragt, Basis: alle Befragten

Aktivitäten im Internet – Schwerpunkt: Kommunikation 2018

– täglich/mehrmals pro Woche –



Quelle: JIM 2017, JIM 2018, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten

3.1 Ergebnisse aus der quantitativen Erhebung

75%

Veränderung der Erwartungen der Adressat*innen an Jugendarbeit

84,2%

N =
76

Neukonzipierung von Jugendarbeit

85,5%

MITGESTALTUNG DES DIGITALEN
WANDELS

71%

GEHEN AUF
KOMMUNIKATIONSGEWOHNHEITEN
IHRER ADRESSAT*INNEN EIN

54%

REGELMÄSSIGE KOMMUNIKATION
MIT ADRESSAT*INNEN VIA WHATSAPP

3.1 Ergebnisse aus der qualitativen Erhebung

„Aber mit WhatsApp sind sie sehr gut erreichbar und über Instagram reagieren sie nicht ganz so schnell, aber wird auch regelmäßig gelesen oder so. Also das funktioniert. Ansonsten klassisch über SMS, das geht auch immer noch. Da ist dann die Frage: Wie viel Guthaben haben die Kinder? Wie können sie antworten? Und (.), genau. (.) Über E-Mails haben wir natürlich auch Kontakt, aber (.) das ist auch sehr unverbindlich. Also, ob dann da etwas zurückkommt, da kann man auch einen Brief schreiben. Das ist irgendwie nicht so einfach zu handhaben für die Jugendlichen oder ist jetzt nicht niederschwellig genug. Mit vorher einloggen und Posteingang und wahrscheinlich ist der Aufwand einfach zu groß und der Unterhaltungswert, ich glaube, zu gering. Wenn dann noch ein paar Bilder dabei sind und eine Story und so etwas, ich glaube, kommt das schon zurzeit echt gut an.“

„Aber jetzt sind gerade diese Instagram und WhatsApp und diese ganzen Messenger, sind sehr, sehr nützlich wirklich, um schnell Kontakt mit den Jugendlichen zu haben.“

„Das klassische Format Flyer ist ausgestorben. (...) Jugendliche erreichen wir selten über Flyer, maximal als so Zettel zum, hier denk dran, da steht es noch mal, dann und dann geht das los.“

3.1 Ergebnisse aus der qualitativen Erhebung

„Und über Instagram erreichen wir auch ganz viele Jugendliche, gerade, wenn wir Projekte gemacht haben, gibt es darauf dann immer Feedback. Ab und zu mal schreiben sie auch da über die Chat-Funktion, aber so Facebook ist komplett raus. Also da erreichen wir Fachkräfte und Eltern, aber Jugendliche sind wirklich, wahrscheinlich noch über TicTacToe [Tik Tok, Anm. TB] oder wie das heißt, so eine Tanz-App, wo man immer mal lustig tanzen muss und so.“

„(...) das [WhatsApp, Anm. TB] ist das am meisten genutzte Medium, mittlerweile. So, also das ist, ja, wüsste gar nicht mehr, wie man es anders machen soll. Also manchmal frage ich mich. Wie hatten wir es denn früher eigentlich gemacht? (...) da hat man weniger Leute erreicht. Also ich bin wahrscheinlich genauso oft rumgefahren, aber die Anzahl der Leute, mit denen ich irgendetwas gemacht habe in der Einzelarbeit, in der Gruppenarbeit, war auf jeden Fall weniger. Also richtig viel weniger. Und seitdem man das aber nutzen kann, kann man das breiter streuen, so in mehrere Sachen, das ist nur so ein Pferdefuß, aber mehrere Sachen gleichzeitig machen. Versuchen, mehrere Fliegen mit einer Klappe zu schlagen, über die digitale Kommunikation. Das wäre früher nie gegangen.“

3.1 Ergebnisse aus der qualitativen Erhebung

„(...) haben aber sehr klar gesagt, dass wir, wenn, es geht um Terminvereinbarung, das ist soweit dann in Ordnung und mal so dieses freundliche, oberflächliche Schnack. Ab dem Moment, wo der Klient anfängt, persönliche Daten zu übermitteln oder Fotos von irgendeinem Bescheid zu schicken, dass wir das dann grundsätzlich abblocken. Und gucken, dass wir entweder auf einen anderen Messenger wechseln, der sicherer ist (.) beziehungsweise dort einfach sagen, lass uns treffen. Also einfach weg von diesem Medium holen.“

3.1 Ergebnisse aus der qualitativen Erhebung

„(...) ich kann nicht eine gute mobile Jugendarbeit machen, ohne einen Instagram Account, kann ich vergessen inzwischen.“

„Und unsere Werbung, das steuern wir im Prinzip momentan über Instagram aus. (..) Kriegen dort guten Rückhalt, da werden die Kids informiert, (.) jetzt ganz frisch mit einem YouTube Kanal gewechselt. (.) Dort kämpft man gerade um Follower, damit die Kids das erst mal mitkriegen, weil die gesagt haben, wenn ihr uns irgendetwas sagen wollt, was sich ändert, mach es über YouTube. Aha, okay. (..) Und (..) schauen momentan immer wieder auf neue Apps, also ich gefühlt komme gar nicht mehr hinterher und ich bin jetzt noch nicht so alt mit Anfang 30, gefühlt. Da blockt auf einmal Tic Toc auf und in dem Moment, wenn wir merken, dass dort eine neue App ist und dass die intensiv genutzt wird, dass das vielleicht für uns ein Medium wäre, ist die irgendwie immer schon wieder so halb am Sterben und da kommt schon wieder die nächste.“

3.1 Ergebnisse aus der qualitativen Erhebung

„Was ich weiß, ist, man muss immer dort hingehen, wo die Jugendlichen hingehen, also werde ich früher oder später zu irgendwelchen Plattformen mit umziehen müssen. Das zeigt sich jetzt schon, dass Facebook nicht mehr so der Renner ist. Das gilt immer noch für die Generationen 25 ungefähr oder was weiß ich, 22+ so, aber die 14jährigen, die findet man dort nicht.“

„Und auch, (.) welche YouTuber sind gerade aktuell und solche Geschichten. (.) Das hat natürlich den Nachteil, dass ich vieles, von dem, was Jugendliche erzählen, überhaupt nicht verstehe. Also wenn ich diesen Zugang und dieses Interesse dafür nicht habe, dann fehlt mir einfach eine (.), weiß nicht, eine komplette (.) Sprachdimension.“

3.3 Ergebnisse aus der qualitativen Erhebung: Probleme und Lösungsansätze

„Und wenn ich (..) da (..) Jugendlichen Teilhabe ermöglichen will, weil, die Ungleichheit schreibt sich in diesem digitalen Bereich einfach fort. Also die Leute, die klassisch Bildungsbürgertum irgendwie unterwegs sind, die können mit einem Handy irgendwelche Designgeschichten durchführen und die haben einen Rechner, wo sie irgendwie auch Medienproduktion machen können. Also selber ein Video aufnehmen, selber schneiden, selber weiß der Teufel was, irgendwie Grafikdesign machen auf einem guten Level, je nach Interesse dann. Während das bei den eher prekäreren Schichten gar nicht drin ist. Da ist zum Teil kein Computer zu Hause, jeder hat ein Handy, aber einen Computer zu Hause ist überhaupt nicht selbstverständlich. Und da fehlt dann einfach elementare Anwendung, da ist nur Medienkonsum eine relevante Dimension. Wenn ich aber eine Medienbildung im Sinne auch nicht nur von einer Medienkritik, sondern auch von diesen (..), wenn ich die vier Medienkompetenzbereich angucke, sondern in Form von einer Medienproduktion noch vermitteln will, auch in der Jugendarbeit und das mit anbieten will, muss ich mir diese Fähigkeiten auch selber aneignen.“

3.3 Ergebnisse aus der qualitativen Erhebung: Probleme und Lösungsansätze

„Vielleicht ist das auch irgendwann zu viel, also wo soll ich überall mitmachen als Jugendlicher und Chillen ist ja auch ganz cool, habe den ganzen Tag Schule, dann noch Ganztagsangebote, dann soll ich noch mit dem Bus eine halbe Stunde fahren. Dann gehe ich noch Tanzen und Eishockey spielen. (..) Würde ich ganz ehrlich gesagt, auch jetzt nicht mit der mobilen Jugendarbeit noch was machen wollen, sondern mich einfach mal ausruhen. Also ich glaube, das ist auch, dass die Jugendlichen ganz schön doll eingebunden sind. Gerade noch mit den Fahrtwegen und so etwas, (.) das muss man ja auch erst mal, seine ganze Freizeit managen und dann haben die Eltern noch Erwartungen. (.) Also das stellen wir oft fest, dass die Jugendlichen ganz schön viele Angebote schon haben, wenig Zeit mitbringen und ständig irgendwie schon beschäftigt sind und ich glaube, irgendwann ist der Kopf wahrscheinlich auch einfach mal voll. Und dann immer noch mit Erwachsenen.“

3.3 Ergebnisse aus der qualitativen Erhebung: Probleme und Lösungsansätze

„Naja, ich mache viele Angebote wie gesagt auch im Medienbereich und das verbreitet sich natürlich auch viel und damit werden auch die Gruppen bekannt (...) Wenn ich jetzt mit einer Jugendgruppe einen Film produziere, da sind die natürlich auch froh, wenn die da mitgewirkt haben und wollen das dann allen zeigen und kundtun und so verbreiten sich viele Themen, die ich als Jugendarbeiter versuche einzubringen, über die Medienarbeit natürlich auch sehr gut. (...) Und damit ist ja dann auch eine gewisse Werbung für meine Arbeit da, ne. Also wenn die Jugendlichen selber ihr Produkt dann sozusagen verteilen, vermarkten, dann ist ja mein Anteil mit dabei, der da mit dargestellt wird.“

„ich glaube, dieses Crowdfunding hat schon viele Potenziale (.), vor allem, dass die Jugendlichen ja selber auch produzieren und sagen, hier, das ist unser Anliegen und deshalb ist es uns wichtig. (.) Kann es, glaube ich, auch sehr hilfreich sein, dass die sich selber befähigen, zu verbalisieren, Projekte zu schmieden und so ein bisschen sich selber darzustellen. Also auch, was so Selbstbewusstsein stärkt.“

3.3 Ergebnisse aus der qualitativen Erhebung: Probleme und Lösungsansätze

„Und da kommt es manchmal, ja, das ist dann der Moment, wo es wichtiger ist, dass man live mit denen kommunizieren kann oder mal in der Schule vorbei geht und sagt, wir haben ein neues Projekt, innerhalb von fünf Minuten. Und das ist sehr hilfreich auf der Arbeit, dass wir über die Schulsozialarbeit die Möglichkeit haben, an den Schulen immer mal etwas zu präsentieren und selber Gesicht zu zeigen. (..) Und das hilft auf jeden Fall mehr als wenn ich jetzt bei Instagram: Juhu, wir fahren jetzt wieder in den Trampolin-Park nach Dresden. (..) Habe ich mehr Resonanz, wenn ich zur Schule gehe und sage: Juhu, wir fahren in den Trampolin-Park nach Dresden, ich bin der Heiner und ihr seid die coolen Kids. (.) Das funktioniert dann super. (.) Also das Persönliche (..), wirklich von Mensch zu Mensch, das ist nicht zu ersetzen, finde ich, durch die digitalen Geschichten.“

4. PERSPEKTIVEN FÜR EINE SMARTE JUGENDARBEIT



Nutzungspraxis

Fachkräfte der Jugendarbeit müssen sich mit aktuellen Trends auseinandersetzen und ihre Angebote auf die konkrete Nutzungspraxis ihrer Adressat*innen abstimmen (mobile Nutzung)



On-/Offline Mix

Smarte Jugendarbeit ist ein smarterer Mix aus Online- und Offline-Angeboten.



Jugendbeteiligung

Jugendliche spielen selbst als Gestalter*innen von smarterer Jugendarbeit eine große Rolle.



Digital Literacy

Nicht nur technische Kompetenzen sind entscheidend, sondern hier ist auch der kulturelle und gesellschaftliche Kontext entscheidend, um sich mündig durch die digitale Welt zu bewegen und sie aktiv zu gestalten.

Literatur

Amtsblatt der Europäischen Union C 418/3 vom 07.12.2017

15. Kinder- und Jugendbericht des BMFJFS (2017)

JIM-Studie 2018

Krotz, Friedrich (2007): Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag.

Krotz, Friedrich / Schulz, I. (2014): Jugendkulturen im Zeitalter der Mediatisierung. In: Hugger, K.-U. (Hrsg.): Digitale Jugendkulturen. Wiesbaden: VS Verlag, S. 31-44.

Hoffmann, Dagmar / Krotz, Friedrich / Reißmann, Wolfgang (Hgg.) (2017): Mediatisierung und Mediensozialisation: Prozesse – Räume – Praktiken. Wiesbaden: VS Verlag.