

Leitfaden Digitale Medien in der OKJA

Herausgeber: DOJ/AFAJ, Fachgruppe Digitale Medien

Erstveröffentlichung: Juli 2018



Letzte Aktualisierung: 23. Juli 2018

Die Offene Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) beschäftigt sich seit jeher mit digitalen Medien – aus gutem Grund, denn Aufgabe der OKJA ist es, an den Interessen und Bedürfnissen junger Menschen anzuknüpfen und sich mit ihrem Angebot explizit an diese zu richten. Da die Lebenswelt von Jugendlichen medial durchdrungen ist und die Mediennutzung bei Jugendlichen zur wichtigsten Freizeitaktivität gehört (vgl. JAMES-Studien der ZHAW), ist die OKJA aufgefordert, digitale Medien in ihre Arbeit zu integrieren und Jugendlichen medienpädagogische Angebote (wie später im Leitfaden beschrieben werden) zu unterbreiten. Zudem soll die OKJA die Entwicklung Jugendlicher zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten fördern. Die Kommunikation ist hierfür eine wesentliche Voraussetzung. Diese findet heute, in einer digital-vernetzten Gesellschaft, zunehmend medienvermittelt statt. Lebensbereiche wie Freizeit, Schule, Arbeit und Familie sind durch Medienentwicklung und -kommunikation beeinflusst. Die Förderung der kommunikativen Kompetenz, beziehungsweise Medienkompetenz stellt daher ein wichtiges Aufgabenfeld der OKJA dar.

Inhaltsverzeichnis

- 1 Über den Leitfaden
- 2 Was sind digitale Medien?
- 3 Wissenschaftliche/theoretische Basis
- 4 Konsequenzen für die Offene Kinder- und Jugendarbeit
- 5 Praxis: Vorbereitung
 - 5.1 Grundhaltung
 - 5.2 Standortbestimmung
 - 5.3 Hilfsmittel zur Standortbestimmung
 - 5.4 Der Handlungsbedarf
 - 5.5 Zieldefinition als Team
 - 5.6 Strukturierung nach Aufgaben
 - 5.7 Strukturierung nach Partizipationsstufen digitaler Medien
- 6 Praxis: Alltag
 - 6.1 Einbezug der Jugendlichen
 - 6.2 Beschreibung der Tätigkeiten
 - 6.3 Technische Mittel in der digitalen Jugendarbeit
- 7 Praxis: Reflexion
 - 7.1 Herausforderungen
 - 7.2 Umgang mit rechtlichen Themen
 - 7.3 Die Frage des Zeitaufwands
 - 7.4 Fazit und Tipps
- 8 Autor*innen
- 9 Literaturhinweise/Quellen

1 Über den Leitfaden

In der Praxis erstellen einige Kinder- und Jugendarbeitsstellen aufgrund der Notwendigkeit eigenständig Konzepte für digitale Medien, andere nutzen die Medien konzeptlos in ihrer Arbeit. Bis heute fehlt jedoch ein übersichtlicher Leitfaden, der Jugendarbeitenden Orientierung in der Arbeit und bei der Erstellung eines Konzeptes im Umgang mit digitalen Medien bietet. An der Veranstaltung [openCON16 \(Resultate\)](#) formulierten teilnehmende Jugendarbeitende das Bedürfnis nach einem Leitfaden Digitale Medien in der OKJA.

Dieser Leitfaden richtet sich insbesondere an Fachpersonen in der OKJA bezüglich der Notwendigkeit, mit digitalen Medien zu arbeiten. Er kann in der offenen Kinder- und Jugendarbeit angewandt werden. Da jedoch die uns bekannten Arbeitsweisen aus der Arbeit mit Jugendlichen kommen, wird mehrheitlich darauf Bezug genommen. Wir hoffen in Zukunft auch auf Projekte der Offenen Arbeit mit Kindern zu stossen und diese einbauen zu können. Der Leitfaden soll Professionelle sensibilisieren und ihnen eine fachliche Begründung geben bei Fragen rund um die Bereitstellung der notwendigen Ressourcen seitens Arbeitgebenden, Steuergruppen, Behörden sowie der Politik. Der Leitfaden will ausserdem die OKJA dabei unterstützen, digitale Medien in ihrem Arbeitsalltag gewinnbringend zu nutzen und, wo noch nicht genutzt, einzuführen. Jede Stelle hat ihre eigenen Voraussetzungen und Möglichkeiten. Darum ist, wie bei allen digitalen Arbeitsweisen, eine individuelle konzeptuelle Betrachtung nötig.

Der Leitfaden will die Verantwortlichen bei diesen Überlegungen unterstützen und keine grundsätzlichen Fragen zum Pro oder Kontra in Bezug auf digitale Medien behandeln. Er geht dabei nicht auf alle digitale Medien einzeln ein. Ein Grossteil der Überlegungen beziehen sich auf [Soziale Netzwerk-Seiten \(SNS\)](#), die mit ihren vielfältigen Möglichkeiten eine zentrale Stellung innerhalb dieser digitalen Technologien einnehmen.

Mithilfe einer [Checkliste](#) kann eine Stelle ihren eigenen Status ermitteln und bekommt in diesem Leitfaden konkrete, auf die jeweilige Stelle angepasste Handlungsempfehlungen.

Der Leitfaden versteht sich nicht als abgeschlossenes Konzept, sondern wird in Zukunft regelmässig weitergeschrieben, weiterentwickelt und auf seine Aktualität überprüft. Vielen Themen lassen sich selbstverständlich auch noch vertiefter ausführen. Jederzeit nimmt die [Fachgruppe Neue Medien \(fg.medien\(at\)doj.ch\)](#) des DOJ Änderungsvorschläge via Mitteilungen, direkt im Text oder auf der [Diskussionsseite](#) entgegen.

Erarbeitet hat den Leitfaden die Arbeitsgruppe Leitfaden Digitale Medien in der OKJA des [Dachverbands Offene Kinder- und Jugendarbeit DOJ/AFAJ](#) im Zeitraum von März 2017 bis März 2018. Unterstützt wurde die Arbeitsgruppe von [Eike Rösch](#) (Pädagogische Hochschule Zürich) und Olivier Steiner (Hochschule für Soziale Arbeit FHNW) mit fundierten [wissenschaftlichen Hintergründen](#) zum Thema.

2 Was sind digitale Medien?

Dieses Kapitel ist eine Zusammenfassung des Zusatztextes zu diesem Leitfaden.

Digitale Medien umfassen alle elektronischen Technologien und Anwendungen, die auf digitaler Grundlage, das heißt mit binärem Code operieren, also zum Beispiel Internettechnologien, digitale Endgeräte, vernetzte Objekte, Roboter sowie Programme, beziehungsweise Apps. Digitale Medien ermöglichen dabei immer eine Form der Kommunikation (zwischen Menschen, zwischen Menschen und digitalen Technologien oder zwischen digitalen Technologien). Mit dieser Begriffsdefinition kommen auch neuere Entwicklungen wie beispielsweise das Internet der Dinge, Virtual Reality und Roboteranwendungen in den Blick und wird die zentrale Bedeutung der sozialen Beziehung für eine medienbezogene Offene Kinder- und Jugendarbeit hervorgehoben.

3 Wissenschaftliche/theoretische Basis

Dieses Kapitel ist eine Zusammenfassung des Zusatztextes zu diesem Leitfaden.

In wissenschaftlicher, beziehungsweise theoretischer Hinsicht sind sowohl die Begriffe Mediatisierung und Mediensozialisation als auch die fachlichen Grundlagen der Offenen Kinder- und Jugendarbeit relevant.

- **Mediatisierung** ist ein Metaprozess, der eine historisch neuartige und tiefgreifende mediale Durchdringung der Gesellschaft bedeutet. Dieser steht in Wechselwirkungen mit den anderen Metaprozessen Globalisierung, Individualisierung und Kommerzialisierung (Stichworte Social Media und Kommerzialisierung privater Kommunikation). Mediatisierung findet in den verschiedensten Bereichen wie Alltag, Wirtschaft und Politik statt und entgrenzt die räumliche, zeitliche und soziale Reichweite von Kommunikation.
- **Mediensozialisation:** Digitale Medien sind für Kinder und Jugendliche eine äusserst relevante Sozialisationsumgebung. Medien durchdringen dabei die klassischen Sozialisationsinstanzen Familie, Schule, Peers sowie Kinder- und Jugendförderung. Sie können sowohl systemverbindend als auch systemtrennend wirken und damit in Ablösungs- und Vergemeinschaftungsprozessen relevant werden. Im Weiteren sind digitale Medien für die Altersphasen bedeutend: Die Nutzungsweisen und -intensität digitaler Medien weiten sich mit zunehmendem Alter aus.
- **Fachliche Grundlagen der Offenen Kinder- und Jugendarbeit:** Die wesentlichen Grundprinzipien der OKJA sind Freiwilligkeit, Interessen-, beziehungsweise Lebensweltorientierung und Partizipation. Freiwilligkeit ist dabei die zentrale Bestimmungsgrösse: Kinder und Jugendliche können die Angebote in Anspruch nehmen, haben jedoch keinen Zwang zur Teilnahme. Die OKJA orientiert sich an diesen Grundprinzipien ([Grundlagenbroschüre DOJ/AFAJ 2018](#)) sowie an den Interessen und der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen. Sie fördert zudem die Mitbestimmung und Mitgestaltung der jungen Menschen, sowohl inhaltlich als auch methodisch.

Im Weiteren spielen Aneignung und Sozialraumorientierung eine wichtige Rolle. Mit dem Aneignungsbegriff wird davon ausgegangen, dass gesellschaftliche Erfahrungen während des Herstellungsprozesses von menschlichen Produkten in diese eingeschrieben werden. Menschliche Gegenstände "enthalten" also die Erfahrungen der Gesellschaft. Indem sich das Subjekt aktiv (praktisch oder kognitiv) mit der Umwelt auseinandersetzt, eignet es sich diese gesellschaftlichen Erfahrungen an und entwickelt so seine Persönlichkeit.

Das Konzept der sozialräumlichen Jugendarbeit knüpft an Sozialisationsprozesse von Heranwachsenden an, die geprägt sind von Individualisierung und Pluralisierung. Angesichts dessen müssen die Subjekte zahlreiche Entscheidungen treffen und insbesondere auch ihre Identität selbst (mit-)gestalten. Dies – ebenso wie die Aneignung der Umwelt – geschieht im Sozialraum. Angesichts der umfassenden Mediatisierung der jugendlichen Lebenswelt kann der Sozialraum dabei mit relationalen Raumkonzepten gefasst werden. Raum ist hierbei bestimmt durch Bausteine (Lebewesen und Objekte) und ihre Beziehungen zueinander und wird konstituiert durch die Subjekte. Insbesondere werden damit auch mediatisierte Räume wie zum Beispiel Gruppen auf Social Media umfasst.

4 Konsequenzen für die Offene Kinder- und Jugendarbeit

Dieses Kapitel ist eine Zusammenfassung des Zusatztextes zu diesem Leitfaden.

Die jugendarbeiterischen Konsequenzen wirken sich auf die Ebene der Adressat*innen und die gesellschaftliche Ebene aus. Offene Kinder- und Jugendarbeit, die Kinder und Jugendliche adäquat begleiten will, muss berücksichtigen, dass die Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen – also die Adressat*innen – umfassend mediatisiert ist. Daher muss die OKJA selbst im gleichen Masse mediatisiert sein, mit Blick auf die Beziehungsarbeit wie auch auf zeitlich begrenzte Angebote. Die OKJA kann Kinder und Jugendliche darin begleiten, ihnen (mediatisierte und physische) Orte als Experimentierräume zur Verfügung zu stellen. Sie kann auch verschiedene Bausteine zur Konstruktion von Sozialräumen anbieten und die Kinder und Jugendlichen in der Beziehungsarbeit begleiten. Hierbei sind – auch mediatisierte – Orte wie Social-Media-Gruppen, Hashtags, WLAN im Jugendtreff und alternative Kommunikationsformen wichtig. Das Medienhandeln muss ebenso eine Querschnittsaufgabe sein, in dem mediatisierte Kommunikation und Medienhandeln konzeptionell in Angeboten mitgedacht wird und mediatisierte Aneignungsprozesse ermöglicht werden. Zudem können und müssen auch Formen "digitaler" Jugendkultur ein eigener Gegenstandsbereich der OKJA sein und sich in Angeboten zeigen. Lebensweltorientierung kann heissen, dass auch kommerzielle Plattformen benutzt werden. Nach Möglichkeit sind auch alternative, quelloffene Plattformen und Technologien zu nutzen. Auf der gesellschaftlichen Ebene zeichnet sich die OKJA durch ihre Subjektorientierung aus, sie richtet ihren Fokus aber ebenso auf die politischen und wirtschaftlichen Systeme, in welchen Kinder und Jugendliche aufwachsen. Weil digitale Medien, Plattform und Software durch wenige globale, profitorientierte Unternehmen gestaltet und angeboten werden, kommt ihnen Systemcharakter zu. Die OKJA kann dazu beitragen, dass Kinder und Jugendliche digitale Medien systemisch einsetzen und sich (wieder-)aneignen. Die Konsequenzen in professioneller Hinsicht betreffen vor allem das Verhältnis zwischen Professionellen, Organisationen und Adressat*innen der OKJA. Es gilt abzuklären, welche Chancen und Risiken digitale Medien für die Organisationen, die Fachpersonen und ihr professionelles Handeln sowie die Kinder und Jugendlichen haben.

Für weiterführende Informationen zum wissenschaftlichen und theoretischen Hintergrund sowie den Konsequenzen für die Offene Kinder- und Jugendarbeit wird unbedingt empfohlen, den Zusatztext zu diesem Leitfaden zu lesen. Diese Ausführungen werden freundlicherweise von Eike Rösch und Olivier Steiner zur Verfügung gestellt.

5 Praxis: Vorbereitung

Der professionelle Umgang mit digitalen Medien erfordert eine professionelle Herangehensweise. Dies bedingt ein strukturiertes Vorgehen, um Massnahmen fachlich begründet und systematisch anzugehen. In diesem Kapitel findet man Vorschläge und Hinweise, wie eine Konzeptentwicklung zum Einbezug von digitalen Medien in die Arbeit der OKJA angegangen werden kann. Mehr als bei anderen Themen, zu denen bisher Konzepte entwickelt wurden, zeichnet sich die Arbeit mit digitalen Medien durch einige Besonderheiten aus. Wegen der schnellen Entwicklung von Hard- und Software ist darauf zu achten, Konzepte nicht auf einzelne Anwendungen oder Geräte zu fokussieren (z. B. Facebook-Konzept, WhatsApp-Konzept). Dabei ist es wichtig, zu definieren, was festgelegt und was bewusst offen gelassen wird.

5.1 Grundhaltung

Als Grundlage für die Standortbestimmung dienen die folgenden, aus den obigen Ausführungen abgeleiteten Grundsätze. Sie begleiten die darauffolgenden Prozessschritte.

- Digitale Medien sind ein fester Bestandteil der jugendlichen Lebenswelt. Sie sind für Jugendliche (und die Gesellschaft) nicht mehr wegzudenken. Jugendliche nutzen diese täglich selbstverständlich. Im Sinne des akzeptierenden Ansatzes müssen ihnen die Jugendarbeitenden nichts "abgewöhnen". Vielmehr begleiten sie die Jugendlichen in der täglichen Nutzung und bieten Inputs zum Umgang mit digitalen Medien. Dies kann selbstverständlich auch Projekte beinhalten, welche den Gewinn von Nutzungspausen von digitalen Medien aufzeigen.
- Mut zum Ausprobieren! Eine sorgfältige Vorbereitung der Nutzung digitaler Medien schützt nicht vor Herausforderungen und Überraschungen. Im Umgang mit digitalen Medien ist daher eine interessierte, kritische Haltung, der Mut, Neues auszuprobieren und die Erlaubnis, Fehler zu machen und aus ihnen zu lernen eine Grundvoraussetzung.
- Digitale Medien bieten den Jugendarbeitenden Möglichkeiten, um mit Jugendlichen in Kontakt zu kommen oder bestehende Kontakte zu pflegen. Die Kommunikation über digitale Medien kann jedoch nur bedingt den (Erst-)Kontakt in der Offline-Welt ersetzen. Gleichwohl kann sie für Jugendliche eine niederschwellige, jugendgerechte Methode sein, mit Jugendarbeitenden zu kommunizieren.

5.2 Standortbestimmung

Um mit digitalen Medien zu arbeiten, benötigt man einen Plan sowie Ressourcen für die Umsetzung (Personalstunden, Finanzen für Technik (z.B. für Smartphones), Software, Miete Cloud etc.). Um diesen Plan (z. B. Konzept, Leitbild) zu erstellen und dafür an Ressourcen zu gelangen, sollte eine Standortbestimmung vorgenommen werden. Dabei ist es sinnvoll, folgende Fragen zu klären:

- Besteht Druck (seitens Jugendlichen (Bedürfnis), Gemeinde, Jugendkommission, bestehendem Leitbild usw.), welcher fordert, möglichst bald auf digitalen Medien aktiv zu werden und mit ihnen zu arbeiten? Kann man? Möchte man? Muss man? Ist es sinnvoll? Falls ja: Kann man es mit bestehenden Ressourcen leisten?
- Ist Offenheit, gar Bewusstsein im Team/in der Institution vorhanden? Falls nein: Ist Sensibilisierung nötig? Welche Punkte werden kritisch gesehen?
- Ist (technisches) Wissen vorhanden? Falls nein: Wie/woher bekommt man es?
- Sieht sich die Institution (im Rahmen der nonformalen Bildung) in einem zweiten Schritt verantwortlich, die Medienkompetenz der Kinder und Jugendlichen (Zielgruppe) zu verbessern? Wenn ja, gibt es allenfalls lokale Partner*innen, um Projekte zur Förderung der

Medienkompetenz umzusetzen (z. B. Schulen)?

5.3 Hilfsmittel zur Standortbestimmung

Um diesen Fragen systematischer nachzugehen, empfehlen wir zur Standortbestimmung die Checkliste der Broschüre «Förderung von Medienkompetenz in Institutionen für Kinder und Jugendliche mit besonderen Bedürfnissen – Leitfaden zur Standortbestimmung» von der BSV-Webseite Jugend und Medien. Die Broschüre richtet sich in erster Linie an sozialpädagogische Institutionen mit Klient*innen mit speziellen Bedürfnissen und dient dem Erkennen des Handlungsbedarfs, dem Anstossen der Konzeptentwicklung und der Zieldefinition als Team. Sie kann aber auch gut in den Arbeitsalltag der OKJA übertragen werden. Ziel der Broschüre ist, durch einen Fragebogen fehlende Ressourcen auf diversen Ebenen sichtbar zu machen. Ab Seite 11 können Fragen beantwortet werden. Für die OKJA sind folgende Bereiche relevant: A, B, C, D, E, F, (G, falls es z. B. ein offenes WLAN im Jugendtreff gibt), K, L (im Sinne der Datenablage) und M (P und Q je nach Angeboten).

5.4 Der Handlungsbedarf

Nach der Standortbestimmung gilt es, daraus den Handlungsbedarf abzuleiten. Wurde die Standortbestimmung anhand der oben erwähnten Broschüre gemacht, bietet sich die Auswertung auf Seite 20 dazu an. Die Erfahrung zeigt, dass es hilfreich ist, den Handlungsbedarf aus zwei Perspektiven zu betrachten:

1. Perspektive: Nutzen für die Institution	2. Perspektive: Nutzen für die Zielgruppen
<p>Hier stellt sich die Frage, wie die digitalen Medien die eigene alltägliche Arbeit beeinflussen und vereinfachen können. Beispielsweise ist Datenschutz/-sicherheit ein Thema oder die Frage, wie man zu Support bei technischen Problemen kommt. Weiter geht es darum, eigene Arbeitsabläufe zu vereinfachen (bspw. bei der Bekanntmachung von Angeboten, Datenverwaltung) oder zeitgemässe Formen von Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung anzuwenden. Dabei lassen sich mit einfachen Mitteln Ressourcen und somit Zeit sparen, ein grösseres Publikum erreichen sowie weiterer Nutzen generieren.</p>	<p>Wie erwähnt sind digitale Medien ein fester Bestandteil jugendlicher Lebenswelten. Deshalb muss festgelegt werden, mit welchen Angeboten und Massnahmen die Zielgruppen unterstützt und begleitet werden sollen. Die Aktionen können dabei von niederschwelliger Bekanntmachung von Infos via Videos und Bilder, über das Angebot von Online-Beratung bis zu medienpädagogischen Workshops gehen (siehe Ziele).</p>

Diese beiden Ebenen sollen dabei helfen zu differenzieren, wer von zukünftigen Entwicklungsschritten profitiert, und uns daran erinnern, dass nicht nur die Zielgruppen der OKJA, sondern auch die Jugendarbeitenden selbst vom Einbezug digitaler Medien profitieren. Zusammen mit den Resultaten der Selbsteinschätzung (Broschüre) können nun konkrete Ziele definiert werden.

Diese Perspektiven sollen zudem dafür sensibilisieren, dass digitale Medien nicht nur im Umgang mit Jugendlichen mitbedacht werden müssen, sondern auch allgemein im Arbeitsalltag – und dass sie nebst viel Nutzen auch Herausforderungen mit sich bringen. Mit diesem Bewusstsein kann man mit Hilfe der Resultate der Selbsteinschätzung (Broschüre) konkrete Ziele sowie die Vorgehensweise definieren.

5.5 Zieldefinition als Team

Ziele bauen jeweils auf einer Standortbestimmung auf und sind individuell auf die Stelle abgestimmt. Ziele können sich unter anderem an folgenden Richtwerten orientieren und wie darauffolgend erläutert formuliert oder strukturiert werden.

1 **Alle Angebote und Projekte über SNS bewerben**

Über die SNS-Profile werden Informationen verbreitet sowie Angebote und Projekte beworben.

2 **Beziehungsarbeit leisten**

Durch Besuche von Profilen und Rückmeldungen an die Jugendlichen in der Offline-Welt erfahren diese Interesse an ihrer Person und ihrem Auftreten in der Online-Welt.

3 **Ansprechperson in der Online-Welt sein**

Durch die SNS-Profile erkennen Jugendliche, dass sich auch Erwachsene auf SNS aufhalten und für Fragen zur Verfügung stehen.

4 **Prävention leisten: Medienkompetenz vermitteln**

Kinder und Jugendliche in geeigneter Form in ihrer Medienkompetenz stärken. Dazu gehört es, die Kinder und Jugendlichen darin zu unterstützen, digitale Medien selbstbestimmt, kreativ und kritisch zu nutzen und zu gestalten, um dadurch die Lebensqualität in der Informationsgesellschaft zu steigern. Neben technischen Fähigkeiten sind im Wesentlichen auch soziale Kompetenzen entscheidend. Dies kann im Alltag oder auch mit gezielten Projekten und durch Information geschehen.

5 **Angebote mit den Möglichkeiten von SNS kombinieren**

Durch die Möglichkeit, Umfragen zu starten und Feedbacks einzuholen, vereinfachen SNS die Partizipation. Zum Beispiel können beim mobilen Kino in Uster Jugendliche über SNS abstimmen, welcher Film an welchem Ort gezeigt werden soll.

6 **In der "Erwachsenen-Welt" informieren**

Durch Aufklärung in Schulen und anderen Institutionen oder das Organisieren von Infoveranstaltungen oder Elternabenden.

5.6 Strukturierung nach Aufgaben

Nutzen der digitalen Medien als Arbeitsinstrument

- Kommunikationsinstrument

Informationsverbreitung über Institution via Newsletter an Schlüsselpersonen (Öffentlichkeitsarbeit) usw., Werbung über Angebote, Anlässe usw., Aufruf zur Mitgestaltung eines Projektes, und vieles mehr

- Vernetzung

Kontakt zu anderen Jugendarbeitenden und Sozialarbeitenden knüpfen, sich mit ihnen austauschen und an gemeinsamen Projekten arbeiten.

- Adressbuch

Viele Anwendungen bieten praktische Möglichkeiten, online die Verwaltung der Kontaktdaten von Jugendlichen, Netzwerkpartner*innen usw. zu verwalten und diese miteinander zu verknüpfen. Auch kann die Verbindlichkeit insbesondere bei Jugendlichen höher sein, wenn man sie über Kanäle, welche sie nutzen, kontaktiert.

Hier bei ist es wichtig, den Datenschutz zu beachten (siehe Umgang mit rechtlichen Themen).

Nutzen der digitalen Medien als Arbeitsfeld

- Am Puls der Zielgruppe durch stille Beobachtung

Via eigene Profile auf SNS erhalten Jugendarbeitende Einblick in die Lebenswelt ihrer Zielgruppe, bekommen mit, wie diese genutzt werden und welche Themen aktuell sind (sofern die SNS die Möglichkeit bietet, das eigene Profil mit dem anderen zu verknüpfen). Auch wenn einiges nicht verstanden wird, bietet dies doch Anknüpfungspunkte für die Beziehungsarbeit.

- Beziehungsaufbau durch Interaktion mit Zielgruppe

Kommunizieren der Nummer/des Profilnamens sowie (Online-)Kontaktzeiten, melden bei bestehenden Kontakten. Jugendliche sollten bei SNS nicht ungefragt als Freund*in hinzugefügt werden.

- Sozialarbeiterisches Handeln in Lebensräumen (z. B. Prävention)

Zur Verfügung stellen von relevanten Informationen. Problematisches Verhalten beobachten und Kontaktmöglichkeiten bieten oder sogar intervenieren.

- Aktivieren (Partizipation der Zielgruppe)

Ausschreiben von Projekten oder Ressourcen (Wissen, Geräte, Räume, Finanzen usw.) und zu Partizipation aufrufen.

Diese Liste ist nicht abschliessend. Viele weitere Anwendungen und Arbeitsweisen sind möglich.

5.7 Strukturierung nach Partizipationsstufen digitaler Medien

Nicht jede Jugendarbeitsstelle muss zur medienpädagogischen Fachstelle werden. Daher taucht bei der Zielformulierung oft die Frage auf, ob es ein Muss (Was müssen wir machen?), Soll (Was sollen wir machen?) oder Darf (Was dürfen wir machen?) ist. Daher werden an dieser Stelle drei Stufen des Einbezugs digitaler Medien in den Arbeitsalltag einer Jugendarbeitsstelle skizziert. Dabei kann die erste Stufe als minimale Anforderung angesehen werden. Natürlich obliegt es jeder Organisation selbst zu bestimmen, welcher Einbezug sie als Standard festlegt. Jedoch sind sich die Fachgruppe Neue Medien des DOJ/AFAJ, diverse Autor*innen und Dachorganisationen einig, dass ein minimaler Einbezug digitaler Medien für Jugendarbeitende unumgänglich ist.

Neben rein konzeptuellen Überlegungen spielen hier auch die Einstellung, respektive Offenheit einzelner Mitarbeitenden mit. Konkret ist hier entscheidend, wie viel eine Stelle bereit ist zu

investieren und als wie wichtig die Vermittlung von Medienwissen oder Medienkompetenz angesehen wird.

1. Stufe: Einfacher Nutzen (Minimal)

Die wichtigsten Informationen über die Jugendarbeitsstelle (Ort, Öffnungszeiten, Kontaktangaben, Projekte usw.) sind im Internet abrufbar und werden aktuell gehalten (Website und/oder SNS-Profil, das u. a. die frühere Rolle der Website übernehmen kann). Alle Teammitglieder haben eine eigene Handynummer (nicht die private) und sind (zu einer definierten Zeit) in der Woche erreichbar – hier sind sich Fachpersonen ihrer Vorbildrolle bewusst und beantworten z. B. WhatsApp-Anfragen nicht um 2 Uhr in der Nacht. Diese Stelle ist offen für Kontaktaufnahme über digitale Medien (WhatsApp, Chat usw.) und führt darüber auch kurze Gespräche.

• Wissen

- Umgang mit dem Smartphone und Computer
- Wie nutzen Kinder- und Jugendliche digitale Medien?
- Kenntnisse über die SNS, die verwendet werden

• Material

- Smartphones je Fachperson
- Internetzugang
- zeitgemässer Computer am Arbeitsplatz

• Zeit

- nicht mehr oder weniger als ganz ohne digitale Medien

2. Stufe: Einbezug in die alltägliche Arbeit (Normal)

Ein nächster Schritt zur Vertiefung besteht in der aktiven Nutzung digitaler Medien. Die Möglichkeiten der Kommunikation, welche die SNS bieten, werden aktiv genutzt, um Kontakte aufzunehmen und zu pflegen. Anlässe und Projekte mit den Möglichkeiten der digitalen Medien verbinden. Diese Stelle ist offen für die Kontaktaufnahme per Chat und führt darüber auch kurze Gespräche. Andere Dienste wie YouTube oder Twitter werden gelegentlich eingesetzt und ins Profil eingebunden.

• Wissen

- alles der Stufe 1
- die Funktionsweise der aktuell relevanten SNS
- Medienbotschaften selber herstellen

• Material

- wie Stufe 1

• Zeit

- Die Zeit, die notwendig ist, um sich das vorausgesetzte Wissen anzueignen.
- Je nach Umfang und Nutzung der SNS. Gegenüber der Stufe 1 wird hier aber kaum zusätzlicher Zeitaufwand entstehen, da eine sinnvolle Nutzung an anderen Orten zu Zeiteinsparungen führt.

- Auf aktuellem Stand zu bleiben, kann erfahrungsgemäss durchaus eine Stunde Zeitaufwand pro Woche bedeuten.

3. Stufe: Integration (Maximal)

Wer eine vertiefte Auseinandersetzung nicht scheut und sich mutig den Möglichkeiten stellt, kann in der Nutzung von digitalen Medien weiter gehen. Fachpersonen eröffnen sich bei Bedarf personalisierte Profile und stehen auch online als Person zur Verfügung. Dabei bieten sie Beratungszeiten über verschiedene (Chat-)Kanäle an und planen Projekte und Aktionen mit engem Einbezug von digitalen Medien. So werden die Möglichkeiten digitaler Medien genutzt, um Grundsätze der OKJA wie Lebensweltbezug und Partizipation anzuwenden und neu zu interpretieren. Wenn Jugendliche ihre Ideen für Veranstaltungen und Workshops einbringen und diese oder gar die digitalen Inhalte der OKJA mitgestalten sowie die digitalen Plattformen mitbetreuen können, ist es oft gewinnbringend. Diese Umschreibung ist nicht abschliessend und soll zeigen, wie vielfältig die Nutzungsmöglichkeiten sein können. Wann und wie schnell die einzelnen Stellen damit beginnen, digitale Medien in ihre Arbeit einzubauen, ist daher sehr individuell.

Beispiele

- Partizipativer Videojournalismus mit Jugendlichen
- Jugendredaktion zur Gestaltung der Jugendapp
- Jugendapp mit definierten Chat-Beratungszeiten
- Wearable-Workshop für Jugendliche
- Jugendliche bloggen mit Unterstützung einer OKJA-Stelle über den Medientag an ihrer Schule
- Unterstützung eines Jugendlichen beim Durchführen eines Gameworkshops
- Jugend hackt-Veranstaltung
- Von Jugendlichen organisierter Gametreff
- Ein virtueller Jugendtreff in einer Minecraft-Welt, ein stellenspezifischer Clan in einem Onlinespiel

Die notwendigen Ressourcen werden hier nicht aufgelistet. Eine Stelle, die mit dieser Partizipationsstufe arbeiten will, braucht Fachpersonen mit einem entsprechenden Wissensstand, reserviert sich an regelmässigen Teamsitzungen Zeit für den Austausch und nutzt SNS, um auf dem aktuellen Wissensstand zu sein.

6 Praxis: Alltag

6.1 Einbezug der Jugendlichen

Kinder und Jugendliche bieten ein überdurchschnittlich hohes Potential, Bereitschaft und Motivation bezüglich Mitgestaltung von Projekten im Bereich der digitalen Medien. Unter anderem, weil sie von digitalen Medien fasziniert und mit dem Umgang mit der Technik gut vertraut sind. Daher haben sie oft selbst viele Ideen, wenn sie gefragt werden. Die Partizipation kann dabei von Mitbestimmung der Regeln zu digitalen Medien über Mitgestaltung von digitalen Inhalten auf Plattformen der Institution bis hin zur Betreuung der digitalen Plattformen des Jugendtreffs gehen. Im Punkt oberhalb sind einige Beispiele aufgeführt.

Für hochschwelligere Projekte bieten viele Websites Ideenanstöße, wie beispielsweise der [Medienpädagogik Praxis-Blog](#).

6.2 Beschreibung der Tätigkeiten

Wie hier beschrieben, kann man auf verschiedene Weise mit digitalen Medien arbeiten. Den Möglichkeiten sind keine Grenzen gesetzt. Um digitale Medien produktiv zu nutzen, sollte jedoch die Frage des Zeitaufwands beachtet und die Tätigkeit mit klaren Zielen umrissen werden, nicht zuletzt zur Schonung der vorhandenen Ressourcen. Viele Tätigkeiten bieten auch Chancen für den Einbezug der Jugendlichen.

1 Pflege und Aktualisierung des Profils

Nutzer*innen-Profil einrichten, Angebote beschreiben, Projekte veröffentlichen, Neuigkeiten mitteilen, auf Veranstaltungen hinweisen

2 Pflege von Offline-Kontakten

Kontakte pflegen durch Hinterlassen von Meldungen und Kommentaren bei Jugendlichen, die man kennen gelernt und lang nicht mehr gesehen hat. Möglichkeiten nutzen, über SNS zu kommunizieren, wenn man einzelne Jugendliche (z. B. im Rahmen einer Projektarbeit) kontaktieren will.

3 Profile ansehen (aktive und stille Aufsuchende Arbeit)

Profile digitalen Freund*innen ansehen oder Feedbacks geben, falls Sicherheitsregeln nicht beachtet werden (die grösste Wirkung erreicht man face-to-face). Profile geben Auskunft über Jugendliche, mit denen man im Kontakt steht, und liefern auch Gesprächsstoff für Offline-Kontakte. Ausserdem entdeckt man so, was aktuell bei Jugendlichen angesagt ist.

4 Partizipation von Jugendlichen

Online-Projekte ausschreiben und Jugendliche aktiv bei der Gestaltung von Online-Inhalten einbinden. Jugendliche in der Nutzung und Gestaltung digitaler Medien schulen.

5 Posten von Blogs

Zu verschiedenen Themen Informationen in einem Blog veröffentlichen, beispielsweise zum sicheren Umgang mit SNS.

6 Information

Erwachsene über SNS informieren und Jugendlichen deren Funktion erklären.

7 Vernetzung und Austausch

Verschiedene Gruppen, die auf den einzelnen Plattformen gegründet wurden, haben zum Ziel, Erfahrungen im Umgang mit digitalen Medien auszutauschen. Dieser

Austausch hilft, den Umgang mit digitalen Medien zu reflektieren und weiterzuentwickeln. Ausserdem gibt es die Fachgruppe Digitale Medien des DOJ/AFAJ und die Konferenz openCON.

6.3 Technische Mittel in der digitalen Jugendarbeit

Eine wichtige Grundlage für jegliche Aktivität in der digitalen Jugendarbeit sind die richtigen technischen Werkzeuge. Es gilt zu planen, welche Online-Plattformen, Softwares, Apps, Websites und Geräte für die geplante Aktivität am geeignetsten sind. Situationsbedingt sind ganz unterschiedliche Mittel sinnvoll und die Angebotslandschaft wandelt sich ständig. Es ist daher an dieser Stelle nicht zweckdienlich, eine Empfehlung spezifischer Werkzeuge zu geben zu Social-Media-Kanälen, Website-Systemen, Betriebssystemen, Geräten oder Ähnlichem.

7 Praxis: Reflexion

7.1 Herausforderungen

Unbestritten bringt der Einsatz von digitalen Medien in der OKJA nebst unzähligen Chancen auch verschiedenste Herausforderungen mit sich. Nebst technischem Wissen zur Bedienung und der schnell vergehenden Zeit während der Nutzung ist nicht zuletzt der Datenschutz eine Thematik, welche leidenschaftlich diskutiert wird.

1 Ziellose Nutzung

Lieber kein Profil, als ein totes Profil. Ziele der Nutzung von digitalen/sozialen Medien sollten überlegt sein. Nutzung ohne Ziel und Sinn schadet mehr, als es hilft.

2 Fehlendes Know-how

Fehlendes Know-how in der Technik und der Anwendung. Daher die Ressourcen in der Organisation klären, Weiterbildung intern zum Thema durchführen und Verantwortlichkeiten klären. Zusammenarbeit mit Fachleuten suchen.

3 Ängste vor digitalen Medien

Oft müssen auch Ängste abgebaut werden. Generationsunterschiede beachten.

4 Neu entstehende Risiken durch Nutzung

- Breitere Öffentlichkeit hat Zugang zu Daten. Schnellere und massivere Verbreitung der Daten, sie sind praktisch nicht mehr löscherbar. Veröffentlichte Informationen sind nicht mehr kontrollierbar, diese können zum Selbstläufer werden.
- Durch die Präsenz im Netz kann eine Organisation auch kritisch konfrontiert werden, und dies auch in der Öffentlichkeit (z. B. negative Kommentare).
- Die Nutzung ist zeitaufwendig. Verbrauch von Ressourcen (Zeit und Geld) durch Auseinandersetzung mit Aspekten der Technik und Anwendung. Will und kann man die benötigte Zeit dafür aufbringen? Wo investiert man wieviel Zeit (z. B. wie viel Zeit bin ich online auf Facebook vs. interagiere ich direkt was mit der Zielgruppe?). Zieht man Fachleute hinzu oder macht man interne Weiterbildungen zum Thema? Wird dies eventuell auch eine Geldfrage?
- Wie geht man mit den schützenswerten Daten der Jugendlichen um (z. B. Fotos, Telefonnummern)? Beachtung von rechtlichen Aspekten. Anwaltschaftliches Handeln: Jugendarbeitende handeln im Sinne und mit Blick auf den Schutz ihrer Zielgruppen, was bedeuten kann, dass man sich bei solchen Fragen nicht einfach nur an das Gesetz hält, sondern dies sensibler auslegt. Güterabwägung beachten: 1. Wille/Schutz des*der Betroffenen; 2. Schutz Dritter; 3. Beachtung der elterlichen Sorge; 4. Verantwortung gegenüber Räumern/Ordnungsinteresse. Regeln digitaler Medien beachten: Was gilt es zu beachten beim Onlinestellen von Bildern und Filmen? Welche Informationen der Institutionswebsite sollen von wem einsehbar sein?

5 Achtsamkeit

Umgang mit den Zielgruppen im Netz (Kommunikation), Umgang mit Personendaten, behutsamer Zugang zu ihren Welten, z. B. Dilemma Mahnungen wegen heikler Bilder: Ermahnung kann moralisierend wirken, nicht einschreiten kann sozialarbeiterisch falsch sein. Was, wenn man die Person nicht kennt? Online ansprechen? Dies hat eventuell keine oder eine ungewollte Wirkung.

6 Abgrenzung

Präsenz, Erreichbarkeit und Reaktionszeit auf den digitalen Kanälen regeln sowie kommunizieren (z. B. im WhatsApp-Status). Keine privaten Kontakte herausgeben (z.

B. privates Facebook-Profil oder private Telefonnummer).

7 Niederschwelligkeit

In welcher Sprache wird kommuniziert? Hochdeutsch kann als lehrerhaft wahrgenommen werden, Dialekt wird nicht von allen verstanden. Flyer mit Text werden nicht gelesen, Reaktion vor allem auf Bilder.

7.2 Umgang mit rechtlichen Themen

In der Arbeit mit Kinder und Jugendlichen sollten Fachpersonen den Datenschutz noch sensibler als anderswo auslegen, nicht zuletzt auch aufgrund ihrer Vorbildfunktion. Und doch sollten sie sich nicht einschüchtern lassen und das Thema pragmatisch angehen. Beispielsweise ist es nötig, die Jugendlichen um Erlaubnis zu fragen, wenn man Bilder und Filme von ihnen erstellt und sie beispielsweise ins Internet stellen möchte. Bei Minderjährigen ist die Erlaubnis der Erziehungsberechtigten erforderlich. Zur Veröffentlichung von Fotos findet man auf der Webseite des Eidgenössischen Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter (EDÖB) [Leitlinien](#). Weiterführende Infos zu Datenschutz und -sicherheit bietet ein [Digital-Ratgeber](#) der WOZ.

7.3 Die Frage des Zeitaufwands

Bei Jugendarbeitsstellen, in denen wenig Wissen vorhanden ist, muss die Vertrautheit mit dem Medium erst aufgebaut werden. Dies kann zeitaufwendig sein. Eine gute Möglichkeit, sich das technische Wissen anzueignen, ist, dieses gleich bei den eigentlichen Expert*innen, den Jugendlichen, abzuholen. Mit ein bisschen Geschick und Offenheit entstehen dabei gewinnbringende Gespräche über den Gebrauch von neuen Medien. So kann das zeitaufwendige Kennenlernen der einzelnen Funktionen mit Beziehungsarbeit kompensiert werden. Der so entstandene Dialog kann später vielleicht in ein erstes Projekt zu/mit digitalen Medien einfließen.

Der wohl beste und einfachste Weg ist, sich als Jugendarbeitende*r selbst in das Abenteuer zu stürzen und sich privat auf den einzelnen Plattformen aufzuhalten und so deren Möglichkeiten und Tücken kennen zu lernen. So bleibt dann nur noch die fachliche Reflexion dieser Möglichkeiten, um sie im Arbeitsumfeld einfließen zu lassen.

Wenn der Umgang mit den digitalen Medien zur Gewohnheit geworden ist, bleibt der zeitliche Aufwand für das neue Medium minimal (1h/Woche). Auf SNS können Sachen erledigt werden, die woanders wegfallen. Dazu zählt: Flyer veröffentlichen, Jugendliche an einen Termin erinnern, Aktionen nachbearbeiten, E-Mails verschicken usw. Da diese Zeit sowieso aufgebracht werden muss, beansprucht sie keine zusätzlichen Ressourcen. Richtig angewendet, bieten SNS sogar die Möglichkeit, Zeitressourcen zu sparen.

Unterstützungsmöglichkeiten für Jugendarbeitsstellen

Die [Fachgruppe Neue Medien \(fg.medien\(at\)doj.ch\)](mailto:fg.medien(at)doj.ch) des DOJ/AFAJ steht bei Fragen rund um digitale Medien gerne zur Verfügung. Bei Bedarf leitet sie Anfragen an geeignete Stellen weiter.

7.4 Fazit und Tipps

- Stetige Auseinandersetzung/Reflexion im Team, beziehungsweise in der Institution ist wichtig.
- Verantwortungen/Kompetenzen im Team/Institution/Organisation klären.

- Zusammenarbeit mit Fachleuten ist wichtig: bei technischen und anwendungsspezifischen Problemen schnell Hilfe holen, Praxiswissen bei Institutionen, welche schon mit den Instrumenten arbeiten, einholen.
- Kritikfähigkeit/gesunde Fehlerkultur: Angst überwinden, sich zu öffnen und zu zeigen. Sich keine Sorgen machen, es könnte unprofessionell wirken, wenn man Hilfe holt. Jugendarbeitende können nicht ALLES!
- Sich bewusst dafür oder dagegen entscheiden: Klären und begründen, weshalb. Falls aa: genügend Ressourcen dafür bereit stellen.

8 Autor*innen

Laurent Sedano, Pro Juventute, Programmverantwortlicher Medienkompetenz

Lukas Loosli, ROJA & Moderator Pro Juventute Medienprofis

Renato Hüppi, OJA Zürich

Roman Oester, OKAJ, Kommunikationsverantwortlicher

Dr. Eike Rösch, PHZ Dozent, Medienbildung und Informatik

Prof. Dr. Olivier Steiner, FHNW Dozent, Institut Kinder- und Jugendhilfe

Rafael Freuler, Jugendinfo Winterthur

9 Literaturhinweise/Quellen

- [JAMES-Studien der ZHAW](#)
- [Jugend und Medien – Das Informationsportal des BSV zur Förderung von Medienkompetenzen](#)
- [Jugendapp](#)
- [Medienpädagogik Praxis-Blog](#)
- [Eidgenössisches Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter \(EDÖB\)](#)
- [Digital-Ratgeber der WOZ](#)
- [Fachgruppe Digitale Medien des DOJ/AFAJ](#)
- [Medienblog der Fachgruppe Digitale Medien des DOJ/AFAJ](#)
- [Offene Kinder- und Jugendarbeit in der Schweiz. Grundlagen für Entscheidungsträger*innen und Fachpersonen, DOJ/AFAJ 2018](#)
- [Quali-Tool: Instrument zur Darstellung der Leistungen der OKJA und die davon abzuleitende Wirkung bei der Zielgruppe anhand eines Wirkungsmodells \(Anleitung dazu\). Herausgegeben vom Dachverband Offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz DOJ/AFAJ.](#)

Abgerufen von „http://wiki.doj.ch//w/index.php?title=Digitale_Medien_in_der_OKJA&oldid=151“