



Digitale Welten als soziale Welten Jugendlicher kennen

Digitale Welten und deren Bedeutung für junge Menschen kennen und reflektieren.



Illustration: Daria Rüttmann

Kompetenzbereich

Digitalität und Jugendarbeit

Kompetenz

Digitale Welten als soziale Welten Jugendlicher kennen



Hier geht es zur
zentralen Downloadseite
der Materialien:
bit.ly/dja-material



Version 1.2
Lizenz: Namensnennung - Weitergabe unter gleichen
Bedingungen 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

Thematische Einführung

digitale jugend arbeit

Jugendarbeiter:innen standen im Grunde schon immer vor der Herausforderung, sich den stetig verändernden Lebenswelten junger Menschen anzupassen. Das ist in puncto Digitalisierung nicht anders. Um sich bei der Arbeit mit jungen Menschen in deren Lebenswelten orientieren zu können, ist es unerlässlich, dass sich Jugendarbeiter:innen mit den (digitalen) Realitäten von Jugendlichen auseinandersetzen.

Es gehört mittlerweile zu einer vielfach belegten Einsicht im Diskurs über Jugend, Jugendarbeit und Digitalisierung, dass für junge Menschen die Trennung zwischen digital und analog nicht existiert. Dennoch ist dieser Befund noch nicht überall in die praktische Arbeit mit jungen Menschen vorgedrungen. Immer wieder sehen sich Jugendliche mit der Entgegensetzung von der „echten“ analogen Welt mit einer „unechten“ rein virtuellen, digitalen Welt konfrontiert. Dabei sind für Jugendliche beispielsweise über digitale Wege gepflegte Kontakte nicht weniger bedeutungsvoll und echt als analoge. Denn die Grenzen zwischen beiden Welten verlaufen nicht klar, sondern sind fließend und miteinander verflochten.

Das kann man gut an dem Beispiel von politischen und zivilgesellschaftlichen Engagement beobachten. So hat sich politische Meinungsbildung und Kommunikation vermehrt ins Digitale verschoben – auch an Orte, an welchen man es vielleicht nicht vermutet. *TikTok* etwa ist nicht nur eine Plattform für spaßige Kurzvideos, sondern gleichzeitig auch ein Ort politischer Meinungsbildung und Meinungsäuße-

rung geworden. Das heißt aber nicht, dass junges Engagement nur online stattfindet. Entgegen des häufig gegenüber jungen Menschen geäußerten Vorwurfs des *Clicktivism*s, also des bequemen Engagements per Click vom heimischen Sofa aus, ist die Straße – und damit der analoge Raum – weiterhin ein zentraler Ort der politischen Meinungsäußerung. Am Beispiel etwa von *Fridays For Future* kann man das sehr gut nachvollziehen.

Jugendarbeit sollte sich also nicht auf einen Bereich fokussieren, sondern sowohl im Digitalen als auch im Analogen sinnstiftende und bedeutungsvolle Aspekte im Leben junger Menschen betrachten und anerkennen. Um sinnvolle Angebote zu entwickeln, müssen Jugendarbeiter:innen dabei insbesondere die Wechselwirkungen und Schnittstellen im Blick haben. Denn wie am Beispiel des politischen Engagements ausgeführt wurde, sind Digitales und Analoges miteinander verflochten und beeinflussen sich gegenseitig. Dies gilt ebenso für andere Lebensbereiche junger Menschen.

In diesem Modul nähern sich die Teilnehmer:innen den digitalen Praktiken und Kulturen junger Menschen an. Dabei reflektieren sie den Stellenwert digitaler Medien und Technologien im Leben ihrer Zielgruppe und nehmen das als Ausgangspunkt für ihre eigene Angebotsentwicklung.

Inhalt

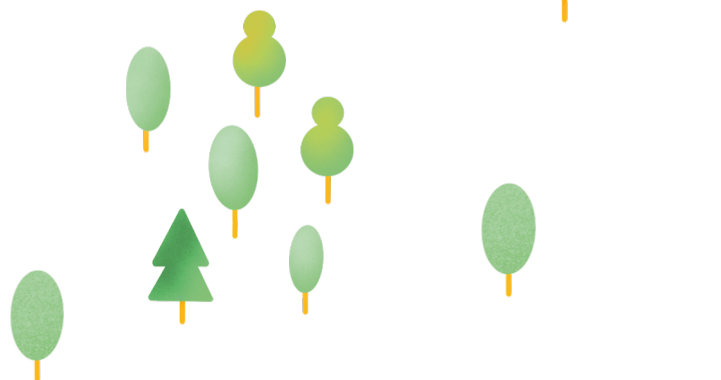
Seite

Aufgabe 1

s.15

Aufgabe 2

s.16



Von Inseln, Sümpfen und Mooren

@Trainer:innen · Moderationsbriefing · 7.2

Ziel dieser Übung ist, dass die Teilnehmer:innen wissen, welche digitalen Welten für ihre Zielgruppe relevant sind und wie und wo sie sich darüber informieren können.

Ablauf

Als Einstieg in diese Übung dient eine Gruppendiskussion darüber, was die Teilnehmer:innen generell über ihre Zielgruppe wissen und wie sie an dieses Wissen herankommen können. Die Ergebnisse werden festgehalten und gesammelt. In einem zweiten Schritt wird besprochen, ob es einen Unterschied gibt, wenn es darum geht, die digitalen Gewohnheiten der Jugendlichen zu kennen und wenn ja welche.

Die Gruppe wird anschließend in Kleingruppen von je 4 Personen aufgeteilt. Jede Kleingruppe hat nun die Aufgabe eine Landkarte der digitalen Welt ihrer Zielgruppe zu entwerfen. Das kann beispielsweise die „Gaming Inselgruppe“ oder das „Distance-Learning-Moor“ sein. Die Wichtigkeit und die Beziehungen der einzelnen Teile untereinander sollen dabei etwa durch Größe, Nähe oder Brücken dargestellt werden. Zudem sollten die Gruppen auch mindestens eine Quelle liefern, auf die sie sich für ihre Landkarte stützen und die über ihre eigene Erfahrung hinausgeht. Die Landkarten werden im Plenum vorgestellt, verglichen und diskutiert.

Danach folgt eine Expedition in die digitale Welt. Jeder:r Teilnehmer:in ist eingeladen, sich auf eine Reise in einer der vorgestellten Landkarten zu begeben.

Die Reise beginnt mit einer individuellen Reflexion:

- Wo beginnt meine Reise?
- Wo fühle ich mich vertraut?
- Wo beginnt für mich das Abenteuer/die Ungewissheit?
- Gibt es Teile der Karte, wo ich lieber nicht hin will?

Jede:r sucht sich dann eine:n Partner:in mit welchem:r die Überlegungen geteilt und besprochen werden. Zum Abschluss können alle, die wollen, noch Erkenntnisse aus dieser Übung im Plenum teilen.

Hinweise zur Moderation

- Da die Übungen wahrscheinlich mehr als 90 Minuten in Anspruch nehmen werden, sollte ausreichend Zeit eingeplant werden oder der Schwerpunkt auf einen bestimmten Abschnitt gelegt werden.
- Hier ist ein Beispiel für Quellen und dazu auch Material für die Landkarte: saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor/

digitale jugend arbeit

Kompetenzbereich

Digitalität und Jugendarbeit

Kompetenz

Digitale Welten als soziale Welten
Jugendlicher kennen

Stufe

Einstieg

Methode

Kleingruppenarbeit,
Einzelreflexion,
Reflexion in Paaren,
Plenumsdiskussion

Ausstattung

Bildungsmaterialien

Dauer

90+ Minuten



Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien:
>>bit.ly/dja-material<<



Typisch Jugend!

@Trainer:innen · Moderationsbriefing · 7.2

In dieser Aufgabe vertiefen die Teilnehmer:innen ihr Wissen über die digitalen Lebenswelten, Praktiken und Kulturen von Jugendlichen und nutzen dieses für die Entwicklung von Angeboten.

Ablauf

Als Einstieg wird kurz gesammelt, warum es notwendig ist, die eigene Zielgruppe gut zu kennen, um sinnvolle Angebote setzen zu können.

Anschließend werden in Kleingruppen von 3–4 Personen Personas erstellt. Diese Methode des Design Thinking kommt aus dem Marketing. Sie wird dafür verwendet, die Bedürfnisse von Zielgruppen möglichst präzise zu ergründen. Dabei wird die fiktive Persona so konkret und detailliert wie möglich beschrieben. So entsteht ein:e prototypische:r Kund:in, der:die beispielsweise anhand seiner:ihrer Wünsche, Ziele, Motive, Lebensumstände charakterisiert wird. Die Teilnehmer:innen beschreiben also eine „typische“ junge Person, für die sie ein Angebot entwickeln möchten. Diese kann gezeichnet werden, wichtig ist aber vor allem, sich bis ins Detail in die Person hineinzudenken: Wie heißt er:sie? Was trägt er:sie? Was interessiert ihn:sie? Welche Musik hört er:sie? In welchen digitalen Welten hält er:sie sich auf? Wofür nutzt er:sie digitale Medien und Technologien? Was macht ihm:ihr Spaß im Internet? Was stört ihn:sie im Internet?

Die Personas werden dann im Plenum präsentiert. Dabei werden zu den unterschiedlichen digitalen Welten die entsprechenden Information geclustert, z. B. die Motive, die Nutzung, konkrete Aktivitäten, usw.

Im Anschluss teilen sich die Teilnehmer:innen, je nach Interesse, einem Cluster zu und beantworten folgende Fragen:

Braucht es hier ein Angebot der Digitalen Jugendarbeit?

- Welches Angebot würde einen Mehrwert für junge Menschen bringen?
- Warum wäre das ein Mehrwert?
- Wie können wir das anbieten?
- Welche Ressourcen und Fähigkeiten brauchen wir dafür?

Die Ergebnisse der Kleingruppen werden im Plenum präsentiert und diskutiert.

Hinweis zur Moderation

- Jugendarbeiter:innen tendieren dazu, Personas geschlechtslos zu machen, um herauszustellen, dass alle Geschlechtsidentitäten angesprochen werden sollen. An dieser Stelle ist das allerdings nicht zielführend. Mittels einer möglichst detailreichen Beschreibung soll eine konkrete, wenn auch fiktive, Person mit klaren Bedürfnissen entstehen. Deshalb ist es sinnvoll, Geschlechtsidentitäten klar zu benennen – dazu gehören natürlich auch nicht-binäre Identitäten.

digitale jugendarbeit

Kompetenzbereich

Digitalität und Jugendarbeit

Kompetenz

Digitale Welten als soziale Welten
Jugendlicher kennen

Stufe

Vertiefung

Methode

Stationenlernen

Ausstattung

Bildungsmaterialien

Dauer

90 Minuten



Hier geht es zur zentralen Downloadseite der Materialien:
»bit.ly/dja-material«

