

No. 21
8/2010

INFO

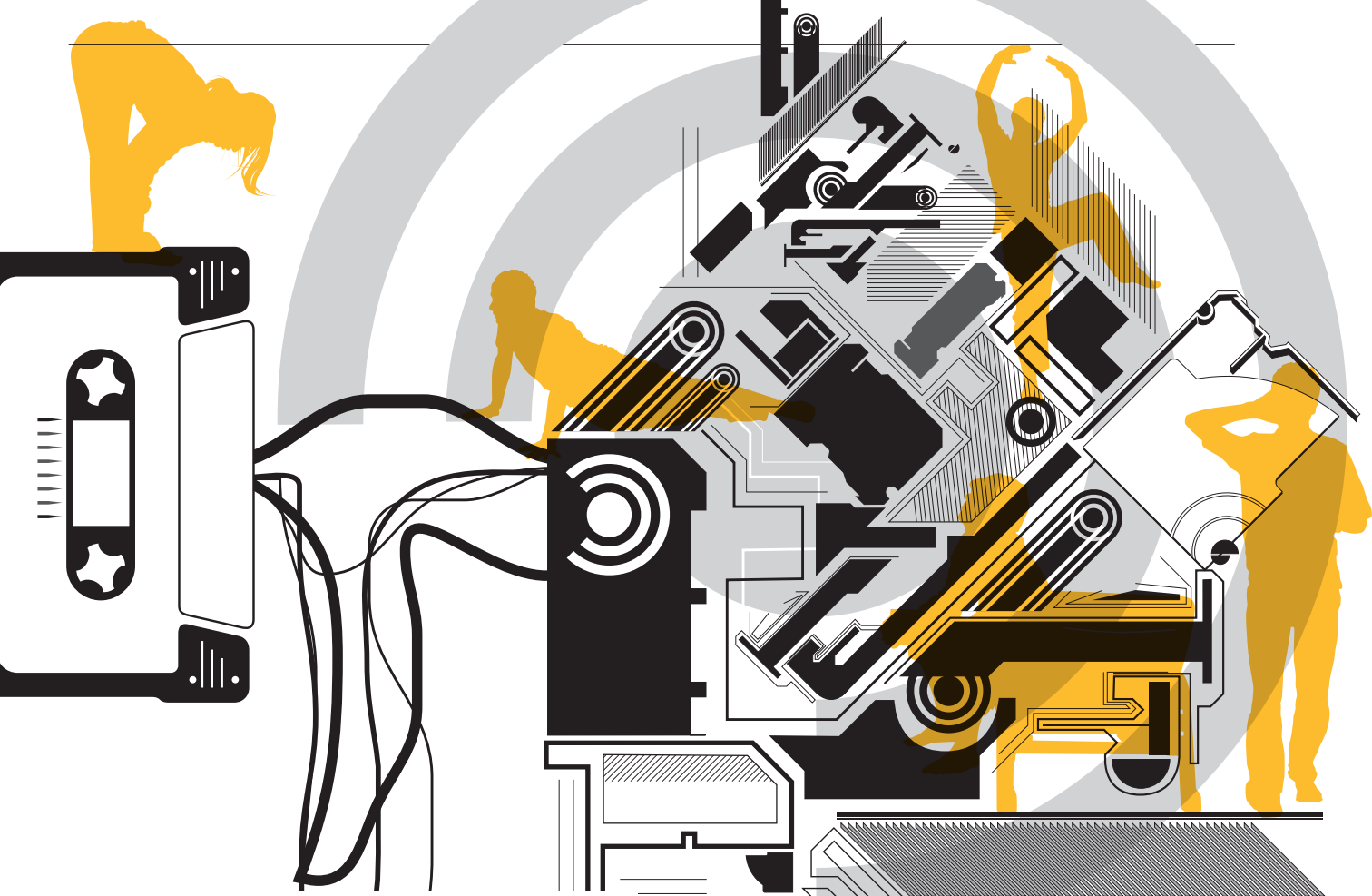
animation

SOCIAL MEDIA

NEUE MEDIEN UND OFFENE JUGENDARBEIT

NOUVEAUX MÉDIAS ET ANIMATION JEUNESSE

INFO
animation

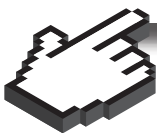


INHALTSVERZEICHNIS

TABLE DES MATIÈRES

3	Editorial
4-7	Internet as a part of youth work. <i>Tero Huttunen</i>
8-10	7 Jahre im Leben einiger Teenager - die Dokumentarfilme Romans d'Ados. <i>Gespräch mit Béatrice Bakhti</i>
11-13	Einführung von Social Communities in die offene Jugendarbeit. <i>Laurent Sedano</i>
14-16	Online Communities – eine Herausforderung für die Offene Jugendarbeit? <i>Julia Gerodetti</i>
17-19	Facebook im Alltag einer Jugenddelegierten – ein Beispiel aus Yverdon. <i>Gespräch mit Virginie Huguet</i>
20-21	Online Kommunikation und Zugang zu Informations- und Hilfsdiensten. <i>Daphné Ducrest</i>
22-23	Weiterführende Informationen zum Thema
24	Infos

3	Éditorial
4-7	Internet as a part of youth work. <i>Tero Huttunen</i>
8-10	Romans d'Ados – le parcours filmé de 7 ados entre 12 et 18 ans. <i>Entretien avec Béatrice Bakhti</i>
11-13	Référentiel pour l'utilisation des réseaux sociaux dans le travail de jeunesse. <i>Laurent Sedano</i>
14-16	Les réseaux sociaux : un défi pour l'animation jeunesse en milieu ouvert ? <i>Julia Gerodetti</i>
17-19	« Déléguée Jeunesse Yverdon » est sur Facebook. <i>Entretien avec Virginie Huguet</i>
20-21	Comment entendre la jeunesse, comment être entendu par la jeunesse. <i>Daphné Ducrest</i>
22-23	Infos supplémentaires sur le sujet
24	Infos



Scheinbar gibt es «neue Medien». Auch von neusten Funktionen in den bereits neuen Medien ist die Rede. Funktionen, die den Benutzern erlauben, sich vermehrt an den Inhalten zu beteiligen, augenblicklich Kommentare und Nachrichten auszutauschen usw. Dass sich in der Medienwelt vieles ändert ist nicht zu bezweifeln. Aber auch das ist vielleicht nichts Neues.

Wenn man genauer hinschaut, werden nämlich die sogenannten neuen Medien von Menschen benutzt, nicht zuletzt von Jugendlichen, die begeistert mit anderen in Kontakt kommen, Freude an beinahe pausenlosen Austauschen haben und unbeschränkte Mengen an Info in sich aufnehmen können. Kurz, sie scheinen von einer unwiderstehlichen Lust bewegt zu sein, mit allen möglichen Mitteln zu kommunizieren. Kein Wunder, dass sich dabei die technischen Möglichkeiten stets weiterentwickeln. Das ist ein ewiger Prozess. Neue Medien hat es schon immer gegeben.

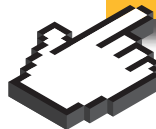
Wozu denn eine Publikation zu diesem Thema?

Wir sind eben alle Akteure dieser Entwicklung. Einfach indem wir mit Kommunikationsmitteln umgehen, nehmen wir Einfluss auf deren Inhalte und leiten vielleicht weitere Entwicklungen ein. Die Überlegungen zur Art und Weise, wie JugendarbeiterInnen oder Jugendliche damit umgehen, zu den Potenzialen und Herausforderungen der aktuellen Entwicklungen im Bereich der Kommunikation, ist also ein Thema worüber es sich lohnt ... zu kommunizieren.

Dieses Heft führt Analysen und Erfahrungsberichte aus der Schweiz wie aus dem Ausland zusammen. Es dient aber auch als Einladung, die Reflexion stets weiterzuentwickeln und zu bereichern. Dazu stellt sich der DOJ mit seinen Kommunikationsmitteln zur Verfügung.

Und doch noch was Neues: Mit dieser Ausgabe entfaltet sich die InfoAnimation zum ersten Mal als wirklich mehrsprachige Publikation. Wir freuen uns, euch in Zukunft dank dem immer breiter werdenden Netzwerk des DOJ, noch mehr spannenden Austausch anbieten zu können.

Nicola Dänzer
Chefredaktor InfoAnimation
Rédacteur en chef d'InfoAnimation



Il paraît qu'il existe des «nouveaux médias». On parle aussi de nouvelles fonctions dans des médias eux-mêmes nouveaux : des fonctions qui permettent aux utilisateurs de contribuer de plus en plus aux contenus, d'échanger instantanément des commentaires, des messages, etc.. Beaucoup de choses changent dans l'univers des médias, ça ne fait pas l'ombre d'un doute. Mais ça aussi, ce n'est pas vraiment nouveau.

À y regarder de plus près, les soi-disant nouveaux médias sont utilisés par des personnes, très souvent des jeunes, qui adorent créer des contacts, prennent plaisir aux échanges quasi incessants et sont capables d'assimiler des quantités presque illimitées d'infos. Bref, ils semblent mus par une envie irrésistible de communiquer par tous les moyens possibles. Ce n'est pas très surprenant, dès lors, que les moyens techniques évoluent constamment. Il s'agit d'un développement permanent. Il y a toujours eu des nouveaux médias.

Alors pourquoi un dossier consacré à ce sujet ? Parce que nous sommes tous des acteurs de ce développement. En utilisant les moyens de communication, tout simplement, nous exerçons une influence sur leur essence et induisons peut-être de nouveaux changements. La réflexion autour de la manière dont les travailleurs de jeunesse ou les jeunes eux-mêmes s'en servent, ainsi que sur les potentiels et les défis des médias actuels, constituent donc des sujets sur lesquels il est utile de ... communiquer.

Le présent numéro d'InfoAnimation rassemble des travaux de recherche et des expériences pratiques provenant de Suisse comme de l'étranger. Il invite aussi à poursuivre la réflexion et à l'enrichir. Le DOJ/AFAJ se tient à disposition, dans cette optique, avec ses moyens de communication.

Une nouveauté, quand même : cette édition d'InfoAnimation est la première à se décliner réellement en plusieurs langues. Nous nous réjouissons de profiter, pour les numéros à venir, du réseau toujours plus large du DOJ/AFAJ pour vous proposer d'autres échanges passionnants.

INTERNET AS A PART OF YOUTH WORK



Tero Huttunen
project manager Netari.fi
Youth department of the City of Helsinki, Finland

First attempts to create online youth work are dated back to the 1990's. Most of the online functionalities of that time can be described as youth clubs web sites. After the first web sites, appeared the question&answer-type of sites. On those web services youth workers or Youth Information and Counseling workers answered questions sent by teenagers.

Excluding few exceptions, this was the situation until the rise of social media in the start of the new millennium. Social media tools such as blogs, instant messengers, social networking, news aggregation and the overall ease of creating, sharing and commenting content and communication has become inseparable part of post-modern western culture and therefore also European youth work. Also it is changing the ways people are communicating and participating and this is the change that youth work has to be aware and part of.

However internet and online youth work is not replacing existing youth work methods or environments. Rather it has brought a new set of tools to youth work to work with. These tools can be used to enforce those methods and activities that have already existed. Social media tools are effective ways to communicate with target groups and for example enforce participatory functions of youth work.

However, as detached work went to the streets in 1950's or so, youth work should also move into online environments with its own resources. Beside being a set of tools, internet and social media form spaces where people hang out, spend time, communicate and create content. Those spaces are new kinds of cities and suburbs and youth work should be available in those areas too.

Netari.fi –project Background

Finnish government has launched «A Program on the Welfare of Children and Young People 2007 – 2011» where one of the main goals is to promote media skills and support young people's safe and active involvement in the virtual world. The program further states that «it is necessary to establish a national youth centre in the web where young people get professional guidance and support on issues which concern them...and which add to youth services in the rural areas».

The Netari.fi is such an initiative. The project was launched by the City of Helsinki Youth Department to

carry out and develop national youth work performed over the Internet. The project's target is to make contact with that section of youth who spend a large part of their time in various Internet environments. The aim of the Netari.fi-project is to develop youth work done over the Internet and to create a coherent work model and working culture for national Internet youth work.

The Netari operations began in 2004 as a joint project between the municipalities of the Helsinki metropolitan area. Due to the good results, in the fall of 2007 the Ministry of Education granted the City of Helsinki Youth Department project funding and a mandate to begin expanding the operation at a national level.

In May 2010, the project includes the youth work units of as many as 26 municipalities. In each municipality, one or more youth workers perform part-time online youth work, as a part of their job description. The City of Helsinki Youth Department is the centralized unit responsible for coordinating and developing the operation with the support of the Ministry of Education and the Ministry of Social Affairs and Health.

Youth work and multi-professional work

Through multi-professional work, the project aims to lower the threshold for those youths using the facility to seek social and health services when necessary. The plan is to also bring the services, through the Netari operation, straight to the Internet environments popular among young people.

From the start of the fall 2010 the multi-professional team of Netari.fi-project will include such professionals as youth workers, social workers, professional nurses and psychiatric nurses. Also there are police officers in close collaboration with Netari.fi-team and chatting with the young every Friday.

Later this year there is going to be a pilot-project that focuses on small group work done via internet. Aim of the project is to find out whether it is possible to work with small groups of teenagers mainly in an internet environment and have similar small group discussions as they would have in the real world. We are hoping to find out what kind of pros and/or cons there are in having group discussions on the internet about themes such as self esteem, melancholy, self image and so on.

From previous experiences with online youth work we know for example that discussing with teens through chat lowers the threshold to talk about issues that are

considered awkward, difficult or too serious to talk about face to face. This is mainly because there is no threat in losing face and you can keep more safe distance between your content of speech and your body language. It is considered a safer environment in which to talk about your thoughts and feelings and therefore as a good method of preventive youth work.

Multiprofessional online work is done in collective ways. When workers are typing with visitors there is real-time VoIP group discussion going on and you can consult your fellow youth worker or representatives of other professions on the fly. Among workers this has been considered as a enriching way to do work and also feedback from workers indicates that collective work method also broadens workers know-how and makes answering faster and more affective to the target group.

Online youth work and beyond

Youth work is similar whether it is done in real time or online environments. Because of differences in medium there are some differences in the ways the work is done as well. Internet also brings a set of tools to work with. It gives possibilities to spread your message or your work more rapidly and to more widespread audiences. On the other hand, nowadays there are also ways to pinpoint your target group more efficiently. Still, besides the tools and the techniques, the essence of youth work is still the same.

Netari online youth work is performed in two network environments popular with young people, Habbo and IRC-Galleria. The Netari online youth facility works in both environments, making it possible for young people to have real-time conversations both with other youths and with trained youth work professionals. These youth work facilities are open seven nights a week. There were approximately 159 000 visitors in Netari.fi-online youth house during 2009.

Netari.fi also produces Netari-tv with co-operation with Yle, Finnish National Broadcasting Company. Netari-tv is live web-tv broadcast with real-time chat. Aim of Netari-tv is to provide means of participation and a channel to express opinions and share experiences on topics that vary from broadcast to broadcast.

During the summer 2010 Netari is launching a youth house-ish service on Facebook called Netariville. Netariville is based on Facebook's fan page features and adds group chat, different kinds of quizzes, competitions and group activities.

For the young people who use the facility, Netari not only organizes virtual contacts but real world get-togethers as well as a national Netari camp once a year. They are also offered a chance to be trained as voluntary assistant youth workers who take part in the performance of online youth work with the help of an actual Netari youth worker.

Other use of social media

Netari.fi uses Facebook's fan page and Twitter as means to distribute information and as publicity channel. Messages to Twitter and to Netari.fi-fan page in Facebook are pushed as RSS-feed from the main Netari.fi-site. Beside automatized news feeds there are also tweets, posts from workers and computers or hand held devices.

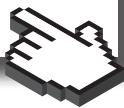
Delicious.com is used in the Netari.fi-project to replace old web links collections. Delicious is a social bookmarking web service for storing, sharing and discovering information, pictures and videos. Information is tagged in order to categorize different contents, which makes it easy to display by tags or users. When youth workers of the Netari.fi-project save interesting and meaningful information from their browser, it instantly appears as a tag in Netari.fi tag cloud.

Using social media tools as means to execute youth work has proven to be a very successful and effective way to contact, communicate and share information with those teens that are internet-natives and use internet as main media. As a result, in a near future, youth work is becoming more and more ubiquitous with the use of social media tools via different devices related to internet. Therefore, using social media tools as working environment also means changing the ways human relation work can be made alongside traditional methods.

Links to Netari services or sites:

- www.netari.fi
- www.yle.fi/netari
- <http://www.habbo.fi/groups/netari>
- <http://irc-galleria.net/community/2548081-netari>
- www.facebook.com/netari
- www.facebook.com/netariville
- www.twitter.com/netarifi
- www.delicious.com/netari
- <http://netari.fi/web/guest/english>

INTERNET ALS BESTANDTEIL DER JUGENDARBEIT



Netari.fi ist ein vielseitiges Angebot im Bereich der online Jugendarbeit, welches sich in Finnland seit 2004 dauernd weiterentwickelt. Ursprünglich entstanden ist das Projekt im Rahmen eines nationalen Programms für die Stärkung der Medienkompetenzen bei Kindern und Jugendlichen und für die Förderung ihrer aktiven und sicheren Teilhabe im virtuellen Raum. Weiter wurde im Programm formuliert, dass es nötig ist, «ein nationales Jugendzentrum im Web aufzubauen, wo junge Menschen professionelle Unterstützung erhalten in Bereichen, die sie betreffen, ... und zur Ergänzung von Jugenddiensten in ländlichen Regionen». Heute sind es neben Helsinki 25 Gemeinden, wo mindestens eine Fachperson einen Teil ihrer Arbeitszeit der online Jugendarbeit widmet. Ein interdisziplinäres Team bestehend aus JugendarbeiterInnen, Psychologen, Polizisten usw. steht den Jugendlichen auf Netari.fi zur Verfügung, beantwortet Fragen, betreut Diskussionsgruppen und bietet somit einen wichtigen Beitrag zur Prävention in verschiedenen Gebieten. Netari.fi organisiert auch Zusammenkünfte in der realen Welt für die jugendlichen NutzerInnen sowie das jährliche «Netari-Camp». Zudem erhalten Jugendliche die Möglichkeit, zu Freiwilligen ausgebildet zu werden, die die online-Jugendarbeit mit Hilfe eines konkreten Netari-Jugendarbeitenden mitunterstützen. Im Zeitalter der «sozialen Medien» öffnen sich neue Räume, so meint der Autor, in denen sich die Jugendlichen aufhalten und wo die Jugendarbeit mit ihnen den Kontakt herstellen kann, wie es mit Netari.fi gemacht wird. Zu diesen neuen Räumen gehören auch neue Instrumente, die bereits zu unserer Kultur gehören und die bestehende Ressourcen und Kompetenzen der Jugendarbeit nicht ersetzen, sondern ergänzen. (Siehe Linkliste am Ende des Artikels).

QUAND INTERNET FAIT PARTIE INTÉGRANTE DU TRAVAIL DE JEUNESSE



Netari.fi est un projet aux multiples facettes et en constante évolution depuis 2004 en Finlande. Il illustre comment le travail de jeunesse peut prendre part aux changements dans le domaine des moyens de communication. Issu d'un programme national visant à renforcer les compétences médiatiques des enfants et des jeunes et à promouvoir leur implication active et sûre dans l'univers virtuel, Netari.fi a progressivement adopté les fonctionnalités émergentes du web. Il remplit la fonction de centre de jeunesse national en ligne et complète entre autre l'offre peu développée pour les jeunes dans les régions plus rurales. Parti d'Helsinki, il touche maintenant 26 communes, dans chacune desquelles un-e ou plusieurs animateurs-rices consacrent une partie de leur temps au travail de jeunesse en ligne. Une équipe multi-disciplinaire, y.c. psy et policiers, se tient à disposition des jeunes via la plateforme Netari.fi dans une logique de prévention. Netari organise aussi des rencontres dans l'espace réel, comme un camp annuel. De plus, il offre aux jeunes la possibilité de se former pour participer, en tant que bénévoles, au travail de jeunesse en ligne en collaboration avec les travailleurs de jeunesse actifs sur la plateforme.

Pour l'auteur, ce projet montre comment le travail de jeunesse peut occuper les nouveaux espaces qui s'ouvrent à l'ère des "social media" et où se déroule une partie de la vie des jeunes. À ces espaces correspondent aussi de nouveaux outils qui font déjà partie de notre culture et qui s'ajoutent aux ressources et compétences déjà disponibles dans le travail de jeunesse. (Voir liste de liens en fin d'article)



ROMANS D'ADOS - LE PARCOURS FILMÉ DE 7 ADOS ENTRE 12 ET 18 ANS.



Entretien avec Béatrice Bakhti, réalisatrice de la collection de films documentaires Romand d'Ados

Expérience unique dans le cinéma suisse de par son ampleur, *Romans d'Ados* est une collection de 4 films documentaires qui retracent 7 ans de la vie d'une poignée d'ados à Yverdon-les-Bains. Béatrice Bakhti a démarré ce projet en 2002 avec des enfants d'Yverdon pour les suivre jusqu'à leur majorité. Sept années pendant lesquelles le temps a fait son travail, pendant lesquelles Béatrice Bakhti et son équipe ont réussi à maintenir la confiance et le contact avec ces jeunes pour entrer en douceur dans l'univers d'ordinaire secret de l'adolescence. Résultat : un film qui déjoue bien des préjugés, un portrait d'ados intelligents, lucides et analytiques, mais aussi de la famille contemporaine désespérée et fragilisée et d'une société en perte de repères.

Comment ce projet a-t-il évolué pour ne pas perdre le fil de ces vies qui se métamorphosent ? Comment les jeunes se saisissent-ils d'une telle opportunité de s'exprimer ? Voici quelques unes des questions que le DOJ / AFAJ a voulu poser à Béatrice Bakhti à l'occasion de la sortie de *Romans d'Ados* dans les salles en juin 2010.

DOJ - AFAJ: Comment les enfants ont-ils réagi à votre proposition au début du projet ?

Béatrice Bakhti : Lorsque nous avons lancé notre appel, en 2002, auprès des écoliers de 10-11 ans à Yverdon, une cinquantaine d'entre eux se sont portés candidats et ont participé à un casting de deux jours. L'intérêt était donc bien présent. Au moment du casting, nous nous sommes rendus compte que tous n'avaient pas bien compris ce que nous leur propositions exactement. Le terme même de «documentaire» n'avait pas un sens très clair pour beaucoup d'entre eux. Certains s'imaginaient un projet de télé-réalité, rêvaient de célébrité et d'Hollywood. Même s'ils sont parfois restés attachés longtemps à leur idée de départ, les enfants et leur enthousiasme ont clairement été les facteurs qui nous ont convaincus de mener à bien ce projet.

On part le plus souvent du principe qu'un projet avec les jeunes doit déboucher assez rapidement sur des résultats visibles, sans quoi les jeunes se découragent. Étiez-vous consciente de cela en vous lançant dans une aventure de sept ans?

Non, je n'en étais pas consciente au départ et les professionnels de la jeunesse n'ont pas tardé à me mettre en garde. On m'a conseillé de commencer le projet avec deux fois plus de candidats que le nombre prévu, ce que j'ai fait. Mais tous les enfants se sont pris au jeu et au bout d'un an, nous avons dû procéder nous-mêmes à une sélection pour n'en retenir que sept. Et même s'ils ont tous connu leurs moments de découragement, ces sept là ont fait l'expérience jusqu'au bout.

Le projet a-t-il dû être adapté en cours de route pour correspondre toujours aux réalités des jeunes et continuer de susciter leur enthousiasme?

Oui, il a fallu apporter des éléments nouveaux de temps en temps pour redonner aux jeunes une motivation supplémentaire. Au bout d'un an, nous leur avons distribué des caméras avec la consigne de se filmer eux-mêmes, dans leur chambre et de raconter ce qu'ils veulent. Ça a bien marché pendant deux à trois ans et nous a procuré une quantité énorme de matière. Mais l'épuisement succédait aux moments d'enthousiasme et la motivation pour le projet connaissait ses périodes creuses. Je suis parfois restée longtemps sans signe de vie de la part des jeunes. Silence que j'ai choisi de respecter en me faisant moi aussi moins présente par moment. J'ai tâché d'être le plus à l'écoute possible, disponible. D'être claire et honnête sur les enjeux. Cela s'est traduit par une confiance réciproque, d'où cette sincérité dans leurs confidences. Je savais que chacun vivait des moments pas toujours faciles. Je devais les rassurer et leur montrer que j'allais valoriser leur propos. J'avais une responsabilité vis-à-vis d'eux. Je pense que le fait de n'avoir jamais instauré un pro-

cessus régulier a permis de casser la routine et le côté ennuyeux. Leurs doutes et la fluctuation de leur motivation font d'ailleurs partie intégrante du film.

Une des participantes a songé sérieusement à quitter le projet. Nous sommes allés la voir et au terme de cet entretien elle était parvenue à se convaincre elle-même de poursuivre. Elle sentait qu'il lui était difficile de mener quelque chose à terme et a décidé de s'accrocher à ce projet, ce qui lui a procuré une grande satisfaction au final.

Avez-vous le sentiment qu'à travers l'expérience de ce film, les jeunes ont pu dire ou montrer des choses qu'ils n'auraient peut-être pas exprimé en temps normal?

Oui, c'est certain et c'était là l'intérêt principal du film pour eux : avoir le droit de dire ce qu'ils veulent tout en sachant qu'ils seraient entendus, que leur parole était enregistrée. De plus, ils prenaient un plaisir manifeste à se montrer, à être suivi par la caméra dans la foule par exemple.

Plus nous avançons dans le travail, plus la caméra faisait partie intégrante de leur vie, et plus nous devenions les témoins privilégiés de moments rares qu'ils ont accepté de partager avec nous.

Mais au delà du plaisir de parler et de se montrer, les jeunes ont aussi adopté un rôle actif. Ils se sont saisis de ce droit de s'exprimer, notamment en abordant des sujets plus difficiles avec leurs parents, sachant que la caméra était là comme témoin extérieur.

Avec le temps, en intégrant les différents codes liés au tournage, les jeunes ont acquis beaucoup d'assurance devant la caméra. A tel point que les journalistes qui les rencontrent aujourd'hui dans le cadre de la projection des films sont ravis de l'aisance de ces jeunes face aux médias.

A l'inverse, le film joue aussi sur les secrets, sur les choses que les jeunes n'expriment pas. Était-ce voulu?

Oui, dans nos entretiens avec les jeunes nous les avons volontairement poussé jusqu'aux limites de ce qu'ils étaient prêts à dire, à raconter. Ensuite on arrive dans la zone des mystères et des non-dits et là, leur opacité est aussi passionnante que ce qu'ils nous disent. Je suis sûre et certaine qu'ils savent très bien ne pas dire ce qu'ils ne veulent pas.

Et au delà de la facilité à s'exprimer, quels ont été selon vous les apports de ce film pour les adolescents ?

On ne s'en rendait pas forcément compte pendant l'expérience, mais les jeunes en ont beaucoup retiré. Ils ont dû apprendre à respecter les règles et les contraintes du travail de tournage. Intéressés et curieux,

nos protagonistes sont devenus de vrais jeunes experts du tournage d'un documentaire, ils posaient beaucoup de questions, appréciaient manifestement le côté professionnel de notre travail et connaissaient presque tout de l'important dispositif que nous mettions en place.

Puis il y a toute la dimension du regard critique, notamment sur eux-mêmes. Les jeunes ont été amenés à réagir à nos questions et à mettre des mots sur leurs sentiments. Dans le dernier film, qui fait en quelque sorte le bilan de ces sept années, ils ont livré leur avis sur l'expérience et ont pu exprimer leur appréhension par rapport à la prochaine parution publique du film.

Il faut préciser que les jeunes n'ont jamais pu visionner d'extraits des films pendant les 7 ans de travail. On leur a demandé d'attendre le résultat final pour éviter qu'ils ne se jugent et pour laisser l'équipe de réalisation travailler dans l'intimité. Après avoir attendu patiemment, les jeunes ont enfin pu découvrir les films cinq mois avant la première au festival Visions du réel à Nyon. Revoir sept ans de leur vie et se préparer à la diffusion publique n'a pas été facile pour eux. Ces cinq mois avant la première publique se sont avérés essentiels et ont permis aux jeunes de rendre le processus positif. Aujourd'hui, ils sont très fiers d'avoir participé à ce projet, surtout lorsqu'ils voient la réaction du public. Ils se souviennent des difficultés qu'ils ont traversées et se sentent valorisés par rapport au fait d'avoir pu être comme ils sont et de recevoir des remerciements pour cela.

Pour en savoir plus sur *Romans d'Ados* :
www.romansdados.com

7 JAHRE IM LEBEN EINIGER TEENAGER - DIE DOKUMENTAR- FILME *ROMANS D'ADOS*



Gespräch mit Béatrice Bakhti, Regisseurin der Dokumentarfilmsammlung *Romans d'Ados*

Romans d'Ados (Englisch *Teen Stories*) ist ein einzigartiges Experiment in der schweizerischen Filmgeschichte. Während 7 Jahren haben Béatrice Bakhti und ihr Team das Leben von 7 Teenagern aus Yverdon-les-Bain gefilmt. Daraus entstanden ist eine Sammlung von vier Dokumentarfilmen, die seit Juni dieses Jahres in den westschweizer Kinos zu sehen sind.

Begonnen hat das Projekt im Jahre 2002. Die Kinder, damals 11 Jahre alt, haben bis zur Mündigkeit alle mitgemacht. Sie haben vor der Kamera ihre Freuden und Kummer zum Ausdruck gebracht und sich zum Teil auch selbst inszeniert und gefilmt. Möglich war dieser anhaltender Prozess dank des Einfühlungsvermögens, mit welchem Béatrice Bakhti den Kontakt zu den Jugendlichen und das gegenseitige Vertrauen gepflegt hat. Auch wenn die Jugendlichen gerade in schwierigen Phasen steckten, nahm Béatrice Bakhti ihre Verantwortung ihnen gegenüber wahr und sorgte dafür, dass ihnen vor der Kamera Gehör verschafft wird. So kam ein berührendes Porträt der üblicherweise eher geheimen Welt der Teenagers zustande.

Im Gespräch mit dem DOJ erzählt Béatrice Bakhti, wie sie erst nach Beginn des Projekts die Schwierigkeiten eines langzeitigen Projekts mit Jugendlichen wahrnahm und wie sich das Projekt den sich verändernden Lebenssituationen der Jugendlichen angepasst hat. Sie erklärt, wie sich die Jugendlichen diese einzigartige Möglichkeit sich auszudrücken schrittweise angeeignet haben und beschreibt den Prozess, den sie nach der ersten Besichtigung der Filme durchmachen mussten, bis sie stolz darauf sein konnten.

Eine Version der Filme auf Deutsch ist geplant. Wie in der Romandie könnten dann die Filme auch in der Deutschschweiz neben den Kinos auch bei den Netzwerken der offenen Jugendarbeit vorgeführt werden und mit Diskussionsrunden verbunden werden. Der DOJ hält euch auf dem Laufenden.

Mehr zu *Romans d'Ados* : www.romansdados.com



EINFÜHRUNG VON SOCIAL COMMUNITIES IN DIE OFFENE JUGENDARBEIT

**Laurent Sedano, Mobile Jugendarbeit in Aarau
und Kopf-stand.org**

Dieser Artikel soll Stellen der offenen Jugendarbeit dabei unterstützen, neuen Medien in ihren Arbeitsalltag einzuführen. Jede Stelle hat ihre eigenen Voraussetzungen und Möglichkeiten. Darum ist, wie bei allen neuen Arbeitsweisen, eine individuelle konzeptuelle Betrachtung nötig. Dieser Artikel will sie bei diesen Überlegungen unterstützen und keine grundsätzlichen Fragen zum Pro oder Contra von neuen Medien behandeln. Auch gehe ich nicht auf alle neuen Medien einzeln ein. Ein Grossteil meiner Überlegungen beziehen sich auf Social Communities (z.B. Facebook, Netlog, Festzeit, usw.) die mit ihren vielfältigen Möglichkeiten eine zentrale Stellung innerhalb dieser neuen Technologien einnehmen. Ich gehe von folgenden Grundsätzen aus:

1. Social Communities (SC) sind ein fester Bestandteil der jugendlichen Lebenswelt. Jugendliche halten sich täglich auf ihnen auf und nutzen sie selbstverständlich.
2. SC sind für Jugendliche nicht mehr wegzudenken. Sie haben diese Art von Kommunikation für sich gewählt. Im Sinne des akzeptierenden Ansatzes, bemühen wir uns nicht, ihnen etwas «abgewöhnen» zu wollen. Viel mehr begleiten wir Jugendliche in der täglichen Nutzung und bieten Inputs zum gefahrlosen Umgang.
3. SC bieten auch uns viele Möglichkeiten mit Jugendlichen in Kontakt zu kommen. Diese wollen wir aktiv nutzen.
4. Die Kommunikation über SC sehen wir als Ergänzung zu Kontakten in der Offline-Welt.

Der Handlungsbedarf

Dieser besteht auf zwei Ebenen. Auf der Ersten stellt sich die Frage, wie die neuen Medien die eigene alltägliche Arbeit vereinfachen können. Dabei geht es einerseits darum, eigene Arbeitsabläufe zu vereinfachen (Bekanntmachung von Angeboten, Verteilen von Flyern). Andererseits entsteht ein grosser Nutzen für die Jugendarbeit durch den direkten Zugang zur Lebenswelt ihrer Klienten.

Auf der zweiten Ebene geht es um den Nutzen für die Jugendlichen. Diese wurden bis vor kurzem in der Online Welt alleine gelassen. Einzig die kommerziellen Interessen der Anbieter der SC nehmen auf sie Einfluss. Die meisten der problematischen Punkte sind auf ein Fehlen der nötigen Begleitung zurückzuführen. Im Interesse der Jugendlichen sollten in der Online-Welt verlässliche Ansprechpartner zur Verfügung stehen.

Stufen des Einbezugs neuer Medien

Immer die zwei Ebenen des Handlungsbedarfs im Auge, gilt es zu entscheiden, wie intensiv eine Stelle sich auf die neuen Medien einlassen will. Neben rein konzeptuellen Überlegungen spielen hier auch ganz stark die Meinungen einzelner Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen mit. So wird es für Menschen, die Schwierigkeiten mit neuen Medien haben, einen hohen Aufwand an Weiterbildung bedeuten, sich das neue Wissen anzueignen. Jedoch wird es in Zukunft immer schwieriger werden, ohne Wissen über neue Medien eine adäquate Jugendarbeit zu leisten.

1. Stufe: Einfacher Nutzen

Meiner Meinung nach gibt es eine minimale Ausstattung, die jede Fachstelle aufweisen sollte. Dazu gehört ein SC-Profil (ist den Tendenzen anzupassen, zurzeit ist Facebook die wichtigste SC) mit den Kontaktdaten, einer Angebotsbeschreibung und den Öffnungszeiten. Spezielle Aktionen sollten auf diesem Weg ersichtlich sein. Dabei übernimmt die Profilseite die frühere Funktion einer Homepage.

2. Stufe: Einbezug in die alltägliche Arbeit

Ein nächster Schritt zur Vertiefung besteht in der aktiven Nutzung des Profils. Die Möglichkeiten der Kommunikation, welche die SC bieten, werden aktiv genutzt um Kontakte aufzunehmen und zu pflegen. Fotos von Aktionen werden veröffentlicht, Anlässe und Projekte mit den Möglichkeiten der neuen Medien verbunden. Diese Stelle ist offen für Kontaktaufnahme per Chat und führt darüber auch kurze Gespräche. Andere Dienste wie Youtube oder Twitter werden gelegentlich eingesetzt und ins Profil eingebunden.

3. Stufe: Integration

Wer eine vertiefte Auseinandersetzung nicht scheut und sich mutig den Möglichkeiten stellt, kann in der Nutzung von neuen Medien weiter gehen. Mitarbeiter erhalten personalisierte Profile und stehen auch online als Person zur Verfügung. Dabei bieten sie Beratungszeiten über verschiedene Chatkanäle an und planen Projekte und Aktionen mit engem Einbezug von neuen Medien.

Diese Umschreibung ist nicht abschliessend und soll zeigen wie vielfältig die Nutzungsmöglichkeiten sein können. Wann und wie schnell die einzelnen Stellen anfangen neue Medien in ihre Arbeit einzubauen ist daher sehr individuell.

Ziele

Um diese allgemein gehaltene Beschreibung der drei Stufen zu konkretisieren, beschreibe ich im folgenden Ziele und Tätigkeiten, die in etwa der zweiten Stufe entsprechen. Diese können als Orientierung bei der Formulierung eigener Ziele dienen.

Ziel 1: Alle Angebote und Projekte werden über SC beworben.

Über unser Profil verbreiten wir Infos über unsere Arbeit. Ausserdem können wir Informationen und Werbung für unsere Angebote und Projekte machen.

Ziel 2: Wir leisten Beziehungsarbeit.

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.

Ziel 3: Wir sind Ansprechpersonen in der virtuellen Welt.

Durch unser Profil erkennen Jugendliche, dass auch Erwachsene sich auf SC aufhalten und für Fragen zur Verfügung stehen.

Ziel 4: Wir leisten Prävention

Wir veröffentlichen Informationen zum sicheren und verantwortungsvollen Umgang mit neuen Medien und anderen aktuellen Themen.

Ziel 5: Angebote werden mit den Möglichkeiten von SC kombiniert.

Durch die Möglichkeit, Umfragen zu starten und Feedbacks einzuholen vereinfachen SC die Partizipation. (z.B. können beim mobilen Kino in Uster Jugendliche über SC abstimmen, welcher Film an welchem Ort, gezeigt werden soll).

Ziel 6: Wir informieren in der «Erwachsenen-Welt».

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

Beschreibung der Tätigkeiten

1. Pflege und Aktualisierung des Profils

Ein NutzerInnen Profil wird eingerichtet, Angebote werden beschrieben, Projekte werden veröffentlicht, Neuigkeiten mitgeteilt, auf Veranstaltungen hingewiesen.

2. Pflege von Offline-Kontakten

Durch das hinterlassen von Meldungen und Kommentaren pflegen wir Kontakte zu den Jugendlichen, die wir kennen gelernt haben und lang nicht mehr gesehen haben. Wenn wir einzelne Jugendliche (z.B. im Rahmen einer Projektarbeit) kontaktieren wollen, nutzen wir die Möglichkeiten über SC zu kommunizieren.

3. Profile ansehen

Wir sehen die Profile unserer neuen Freunde an und geben Feedbacks wenn Sicherheitsregeln nicht beachtet werden. Profile geben auch Auskunft über Jugendliche mit denen wir im Kontakt stehen und liefern so auch Gesprächsstoff für Offline-Kontakte.

4. Posten von Blogs

In unserem Blog veröffentlichen wir Informationen zum sicheren Umgang mit SC. Damit leisten wir Prävention von Missbräuchen.

5. Information

Wir informieren Erwachsene über SC und erklären deren Funktion für Jugendliche.

6. Vernetzung und Austausch

Verschiedene Gruppen, die auf den einzelnen Plattformen gegründet wurden haben zum Ziel, Erfahrungen im Umgang mit SC auszutauschen. Dieser Austausch hilft den Umgang mit SC zu reflektieren und weiterzuentwickeln. Ausserdem gibt es seit Neuestem eine Fachgruppe beim DOJ/AFAJ zum Thema neue Medien.

Die Frage des Zeitaufwands

An Stellen, bei 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 es sich gleich von den eigentlichen Experten, den Jugendlichen, beibringen zu lassen. Mit ein bisschen Geschick und Offenheit entstehen dabei schon 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 «neue Medien Projekt» einfließen. Der wohl beste und einfachste Weg ist, sich selbst in das Abenteuer zu werfen und sich privat auf den einzelnen Plattformen aufzuhalten und so ihre Möglichkeiten und Tücken kennen zu lernen. So bleibt dann nur noch die fachliche Reflexion dieser Möglichkeiten, um diese im Arbeitsumfeld einfließen zu lassen. Wenn der Umgang mit den Medien zur Gewohnheit geworden ist, bleibt der zeitliche Aufwand für das neue Medium nur noch minimal (1h/ Woche).

Auf SC können Sachen erledigt werden die woanders wegfallen. Dazu zählt: Flyer veröffentlichen, Jugendliche an einen Termin erinnern, Aktionen nachbearbeiten, Mails verschicken, usw. Da diese Zeit sowieso aufgebracht werden muss, beansprucht sie keine zusätzlichen Ressourcen. Richtig angewendet, bieten SC sogar die Möglichkeit, Zeitressourcen zu sparen.

Ich hoffe ihnen mit diesen Informationen weitergeholfen zu haben. Natürlich erübrigt sich eine weitere Auseinandersetzung mit dem Thema nicht. Sie sollen im besten Fall ihren Diskussionen als Leitplanken dienen. Gerade weil die Möglichkeiten so vielfältig sind, müssen Erfahrungen in der täglichen Arbeit gemacht und reflektiert werden.

Link zum Download des Nutzungskonzepts auf der DOJ-Website:

www.doj.ch > Themen > Neue Medien

Zum Autor:

Laurent Sedano ist als Soziokultureller Animator seit über zehn Jahren in verschiedenen Bereichen der Offenen Jugendarbeit tätig. Seit zwei Jahren setzt er neue Medien aktiv in seiner Arbeit bei der Mobilen Jugendarbeit in Aarau ein. Seit dem Herbst 09 bietet er unter dem Namen Kopf-stand.org verschiedene Dienstleistungen in den Bereichen Fachberatung, Weiterbildung und Organisationsentwicklung an. In Kooperation mit dem Beratungszentrum infocus GmbH (www.Beratungszentrum.com) bietet er Vorträge und Workshops zu allen Bereichen der neuen Medien (für Fachkräfte, Lehrer, Eltern, SchülerInnen).

RÉFÉRENTIEL POUR L'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX DANS LE TRAVAIL DE JEUNESSE



Auteur d'un référentiel à l'usage des travailleurs de jeunesse, Laurent Sedano expose les objectifs multiples qui peuvent être poursuivis à travers l'utilisation des réseaux sociaux. D'une part, en créant leur profil dans les réseaux sociaux couramment utilisés par leur groupe cible, les travailleurs de jeunesse rendent plus visible leur offre, créent facilement le contact direct avec les jeunes et diffusent efficacement des infos. D'autre part, les réseaux sociaux peuvent être exploités comme plateformes de sensibilisation et de prévention. En effet, les professionnels de la jeunesse qui se familiarisent avec ces médias, peuvent y occuper une fonction de personnes de référence et de répondants, pour les questions liées aux nouveaux médias, comme pour beaucoup d'autres domaines. Ils pourront se tenir à disposition des jeunes, qui sont souvent livrés à eux-mêmes dans les réseaux sociaux et influencés par les seuls intérêts commerciaux des prestataires. Mais ils pourront également conseiller les divers interlocuteurs adultes concernés: parents, écoles, etc.

Des groupes ont été créés sur diverses plateformes dans le but de permettre l'échange d'expériences entre les professionnels de la jeunesse actifs dans les réseaux sociaux. Le DOJ/AFAJ a également mis en place un groupe de réflexion consacré à ce sujet (Voir «Infos supplémentaires sur le sujet», p. 22-23).

Enfin, pour les professionnels, un des meilleurs moyens de se familiariser avec les réseaux sociaux est de se laisser conseiller par les véritables experts que sont les jeunes eux-mêmes. Ainsi, tout en se perfectionnant, ils établissent des contacts, mettent en valeur les compétences des jeunes et créent les prémisses de futurs projets participatifs en lien avec les nouveaux médias. Le temps investi pour se familiariser avec ces médias peut donc largement être compensé par les contacts et les collaborations rendus possibles, que ce soit par ordinateurs interposés ou sur le terrain non-numérique. Le référentiel (en allemand) peut être téléchargé sur le site du DOJ/AFAJ :

www.doj.ch > Themen > Neue Medien



ONLINE COMMUNITIES - EINE HERAUSFORDERUNG FÜR DIE OFFENE JUGENDARBEIT?

Bedingungen haben auf die Sozialisationsbedingungen, Entwicklungsaufgaben und Lebenswelten der Kinder und Jugendlichen Einfluss und verändern diese. Somit stellen sich für die sozialraumorientierte Offene Jugendarbeit, welche ihr Agieren an den veränderten lebensweltlichen Bedingungen ihrer Klientel ausrichtet, neue Herausforderungen und unerforschte Handlungsfelder (vgl. Deinet 2005: 7f).

Die Forschungsarbeit

Diese veränderten lebensweltlichen und sozialräumlichen Gegebenheiten von Online Communities versuchte eine Bachelor Thesis (Gerodetti 2010) empirisch zu erfassen und deren Relevanz und Konsequenzen für die sozialraumorientierte Offene Jugendarbeit abzuleiten. Ausgehend von einem Sozialraumverständnis, bei welchem Raum nicht als Behälter oder konkreter Ort, sondern als relationale „(An)Ordnung“ von verschiedenen Elementen verstanden wird (vgl. Löw 2001: 159; Pries 2008: 81) und durch Handeln konstituiert und reproduziert wird, wurden die jugendlichen Handlungen und Raumkonstitutionen in Online Communities sowie deren subjektive Bedeutung für die Jugendlichen erfasst.

Die Ergebnisse konfrontieren die sozialraumorientierte Offene Jugendarbeit mit den veränderten lebensweltlichen Bedingungen ihrer Klientel und fordern sowohl die Praxis als auch die sozialarbeiterische Forschung auf, die eigenen professionellen Handlungsstrategien

Julia Gerodetti,
Institut Kinder- und Jugendhilfe HSA FHNW

Von einer theoretisch-empirischen Auseinandersetzung mit den neuen Lebenswelten der Online Communities hin zu Veränderungen und neuen Zugängen in der Alltagspraxis der Offenen Jugendarbeit in der Basler Freizeitaktion (BFA).

Neue jugendliche Lebenswelten

«Bis später auf Facebook». Ein derzeit oft gehörter Satz bei Jugendlichen, sei es in der Stadt, im Tram oder im Jugendtreffpunkt. Ob *Festzeit*, *Facebook* oder *Netlog*, der Treffpunkt Online Community hat sich bei den Jugendlichen als eine alltägliche Selbstverständlichkeit etabliert. Durch das Web 2.0 sind neue Formen der Interaktivität und des sozialen Handelns entstanden, in Online Communities können Inhalte, Strukturen und Kommunikation durch die Mitglieder aktiv mitgestaltet werden. Diese veränderten sozialräumlichen

kritisch zu reflektieren und bedürfnisorientiert zu erweitern. Deutlich wurde, welche starke Eingebundenheit die Online-Lebenswelt der Online Communities im Alltag der Jugendlichen haben, wie die Jugendlichen diese neuen Erfahrungsräume erobern, sich in Selbstdarstellung üben, Kontakte pflegen, provozieren, an Grenzen gehen, Selbsterfahrungen machen – kurz Identitätsbildung stattfindet. Es sind neue Sozialräume entstanden, welche von den Jugendlichen besetzt werden, wo sie nicht massgebend durch andere Interessengruppen belästigt oder verdrängt werden. Ebenfalls wurde sichtbar, dass der Computer in der Praxis der Offenen Jugendarbeit nicht nur als ein elektronisches Kommunikationsinstrument betrachtet werden darf, welches eine Welt abbildet. Vielmehr muss erkannt werden, dass durch die Tätigkeiten der Jugendlichen Wirklichkeit und neue, alternative Sozialräume entstehen, die sich stetig verändern und Einfluss auf offline-lebensweltliche Bedingungen haben (vgl. Gerodetti 2010:).

Phase der Konzeptentwicklung

Diese fachlich-empirische Argumentation wurde in der BFA aufgenommen und war Anstoss für eine aktive und intensive Auseinandersetzung mit dem Thema *Jugendarbeit und Online Communities*. Es entstand eine Arbeitsgruppe, welche sich während mehreren Monaten intensiv diesem Thema annahm, eine eigene Haltung erarbeitete, Perspektiven der Jugendlichen erfragte und einbezog sowie mögliche Handlungsansätze für die eigene Praxis diskutierte. Die Tatsache, dass die Aktivitäten in Online Communities immer auch einen offline-lebensweltlichen Bezug bedingen, beispielsweise in der Reproduktion und Reflexion eines gemeinsamen Erlebnisses, verdeutlicht, dass Online Communities die offline Lebenswelt nicht ersetzen, sondern diese vielmehr ergänzen. Auf dieser Prämisse basierend verweist das erarbeitete Konzept auf folgende Handlungsebenen:

Erstens wird aufgezeigt, wie sich die Lebenswelt der Online Communities in den offline Arbeitsalltag im Jugendzentrum integrieren lässt. Im Sinne von Information und Prävention wird das Thema zum Thema gemacht, mit dem Ziel die Jugendlichen in ihrem selbstbestimmten und kompetenten Handeln in und mit Online Communities zu unterstützen und ihre Medienkompetenz zu fördern. Diese Arbeit bedingt, dass die Jugendarbeitenden sich über Risiken und Chancen von Online Communities informieren, stetige Veränderungen und Bewegungen im Netz berücksichtigen und eine kritische, aber interessierte Haltung bewahren.

Zweitens stellen die Online Communities ein eigenes neues Handlungsfeld für Jugendarbeitende dar. Sie können als niederschwellige und jugendgerechte Kommunikationskanäle genutzt werden und ermöglichen gleichzeitig den Jugendlichen darin einen neuen Zugang zum Angebot der Offenen Jugendarbeit zu finden. Die interaktiven Funktionsmöglichkeiten der Online Communities ermöglichen des Weiteren neue Formen von Mitbestimmung und aktiver Einflussnahme seitens der Jugendlichen auf die Ausgestaltung einer bedarfs-

orientierten Jugendarbeit. Die Präsenz der Jugendarbeitenden in dieser Lebenswelt, sowie die Möglichkeit, selbst aktiv Informationen und Inhalte mitzubestimmen und Unterstützungsleistungen anzubieten, fördert den kritischen und selbstbestimmten Umgang der Jugendlichen in Online Communities. Jugendkultur entsteht und verändert sich in aktiven und sozialen Prozessen. Online Communities stellen für Jugendliche eine Plattform dar, in denen das eigene kreative Gestalten, Abgrenzungsprozesse und somit auch Jugendkultur sichtbar gemacht werden können. Diese Möglichkeiten für Positionierung und Kompetenzerwerb gilt es zu schätzen und insbesondere in der Offenen Jugendarbeit vermehrt zu nutzen.

Eine dritte Handlungsebene ergibt sich aus dem Expertenverständnis der Offenen Jugendarbeit für jugendliche Lebenswelten gegenüber Drittpersonen. Unbestritten bringen neue Sozialräume auch neue Risiken und Gefahren mit sich. Umso wichtiger, dass die erwachsenen Bezugspersonen von Kinder und Jugendlichen ihre Verantwortung wahrnehmen, sich für die Lebenswelt der Jugendlichen interessieren und die strukturellen Bedingungen der Lebensräume kritisch betrachten, um Missbrauch und Gefahren zu reduzieren. Durch Informationsveranstaltungen für Eltern und Lehrpersonen zum Thema Die Lebenswelt Online Community versucht die BFA einen Beitrag dazu zu leisten, die heutigen verschiedenen Sozialräume, in denen sich die Jugendlichen bewegen, aufzuzeigen und auf deren Verknüpfung und gegenseitige Beeinflussung zu verweisen. Dadurch werden die erwachsenen Bezugspersonen in Bezug auf diese Lebenswelt sensibilisiert und in ihrer Aufgabe und Verantwortung bezüglich deren Mitgestaltung bestärkt.

Umsetzungsphase und neue Herausforderungen

Ausgehend von der empirischen Untersuchung, deren Ergebnisse in die Praxis eingeflossen sind und dort zu neuen Denkanregungen bezüglich Handlungsstrategien geführt haben, sind somit neue Möglichkeiten und Zugänge für die Praxis der Offenen Jugendarbeit in der BFA entstanden. Die Jugendzentren der BFA haben in der Zwischenzeit diese Anregungen und neue Handlungsspielräume unterschiedlich und mit verschiedenen Schwerpunktsetzungen in ihre Alltagspraxis integriert. Eine kürzlich durchgeführte Expertenbefragung im Rahmen einer Maturaarbeit befasste sich u.a. mit der Frage, wie die Offene Jugendarbeit in Basel und der Region diese neuen Sozialräume und Handlungszugänge in die Praxis integriert hat. Es zeigt sich, dass das Potential welches die Online Communities für die Offene Jugendarbeit bieten, jedoch nach wie vor zu wenig erkannt und ausgeschöpft wird (vgl. Bläsi/Kottmann/König 2010: 27). Eine mögliche Erklärung dafür liefert das neu entstandene Spannungsfeld, in welchem sich die Jugendarbeitenden bewegen: Ein Grossteil der gegenwärtigen Fachpersonen der Offenen Jugendarbeit gehören den «Digital Immigrants» (Small/Vorgan 2009: 12) an. Damit sind im Gegensatz zu den «Digital Natives» (Small/Vorgan 2009: 12) all diejenigen Menschen

gemeint, die in die digitale Welt des Computers «eingewandert» sind und vor den 1980er Jahren geboren wurden (vgl. Small/Vorgan 2009: 12f). Die Jugendlichen hingegen gehören heute der Generation der «Digital Natives» (Small/Vorgan 2009: 12) an, welche eine Welt ohne Computer nie kennen gelernt haben und sich als einheimische Personen in der digitalen Kultur bewegen. Diese Generationen-Kluft, bezogen auf die veränderten Hirnfunktionen, wird «Brain Gap» (Small/Vorgan 2009: 12f) genannt. Die Fachkräfte in der Offenen Jugendarbeit haben somit oftmals ein weniger ausdifferenziertes Wissen über neue Medien und Online Communities als ihre Klientel und wissen wenig darüber, wie sich die Jugendlichen in der digitalen Medienwelt bewegen. Umso mehr gilt es diesen Wissensvorsprung aufzuholen, wenn sich die Jugendarbeitenden weiterhin als Experten für jugendliche Lebenswelten betrachten möchten. Diese Forderung verdeutlicht, dass auch der beschriebene Prozess in der BFA nicht abgeschlossen ist, denn nur wenn auch zukünftig die Veränderungen der jugendlichen Lebenswelten berücksichtigt werden, können Begleitungs- und Unterstützungsprozesse in der Offenen Jugendarbeit bedürfnisgerecht und adäquat ausgerichtet werden.

Autorin:

Julia Gerodetti, Bachelor of Arts FHNW, Mitarbeiterin in der Abteilung Jugendtreffpunkte der BFA bis Sommer 2009, danach Projektleiterin der Arbeitsgruppe «Jugendarbeit und Online Communities» in der BFA. Gegenwärtig im Masterstudium in Sozialer Arbeit mit dem Schwerpunkt Soziale Innovation und wissenschaftliche Assistentin am Institut Kinder- und Jugendhilfe der HSA FHNW. Kontakt: julia.gerodetti@fhnw.ch

Literatur:

Deinet, Ulrich (2005) *Sozialräumliche Jugendarbeit. Grundlagen, Methoden und Praxiskonzepte*. 2., völlig überarb. Aufl. Wiesbaden.

Gerodetti, Julia (2010) *Sozialraum Online Community - Eine Rekonstruktion sozialräumlicher Aspekte von Online Communities am Beispiel www.festzeit.ch*. Saarbrücken.

Löw, Martina (2001) *Raumsoziologie*. 1. Aufl. Frankfurt am Main.

Small, Gary/Vorgan, Gigi (2009) *iBrain. Wie die neue Medienwelt Gehirn und Seele unserer Kinder verändert*. Stuttgart.

Bläsi, Andreas/König, Oliver/Kottmann, Martin (2010) *Maturaarbeit zum Thema: Veränderungen in der offenen Jugendarbeit durch die neuen Sozialräume Online Communities*. IDPA 09/10. Fachschule für Gesundheit und Soziales; BMII A. Basel.

LES RÉSEAUX SOCIAUX : UN DÉFI POUR L'ANIMATION JEUNESSE EN MILIEU OUVERT ?



Julia Gerodetti présente les résultats d'un travail de Bachelor réalisé auprès du réseau d'animation jeunesse de la région de Bâle, la Basler Freizeit Aktion (BFA). Elle part du constat que les réseaux sociaux sont des nouveaux espaces, occupés tout naturellement par les jeunes et où ceux-ci ne sont ni écartés, ni dérangés par les autres catégories de population. Comme d'autres espaces sociaux, les réseaux sociaux exercent une influence sur la vie des jeunes, leur socialisation et leur développement. A l'inverse, J. Gerodetti estime que les jeunes, à travers leurs activités, contribuent aussi à créer ces réalités et ces espaces sociaux nouveaux. Au sein de la BFA, un groupe de travail consacré aux nouveaux médias a identifié plusieurs niveaux d'action pour l'animation jeunesse. Premièrement, les animateurs devraient avoir des connaissances suffisantes et un regard critique sur les réseaux sociaux, afin d'aider les jeunes à en faire un usage pertinent et de prévenir certaines dérives. Deuxièmement, les réseaux sociaux sont un moyen de stimuler la participation des jeunes, leur esprit d'initiative et leur créativité. Et troisièmement, l'animation jeunesse peut développer une expertise utile aux tiers. La BFA propose, par exemple, des séances d'information adressées aux parents et aux enseignants, visant à les sensibiliser aux espaces sociaux émergents fréquentés par les jeunes ainsi qu'aux abus ou dangers possibles.

Un bon nombre de centres liés à la BFA ont mis en pratique les propositions issues de l'étude, mais un vaste champ d'action reste ouvert selon l'auteure. Le défi consiste surtout à rattraper, tant que possible, le retard qu'accusent la plupart des travailleurs de jeunesse. Ils font partie de la génération des « digital immigrants », c. à d. des personnes, nées avant 1980, qui ont assimilé progressivement les développements informatiques. A l'inverse, les jeunes sont des « digital natives », qui n'ont pas connu de société sans les multiples applications de l'informatique. Si l'animation jeunesse veut conserver son rôle d'expert de la jeunesse et des espaces sociaux jeunes, sa progression dans le domaine des médias actuels est incontournable. Un processus tel que celui de la BFA n'est donc que le début d'une démarche continue.



« DÉLÉGUÉE JEUNESSE YVERDON » EST SUR FACEBOOK.

*Entretien avec Virginie Huguet, déléguée
à la jeunesse à Yverdon-les-Bains*

Facebook, Twitter et compagnie font des remouls au sein de l'administration publique. Alors que les interdictions d'accès aux réseaux sociaux se multiplient dans les bureaux, la déléguée à la jeunesse d'Yverdon-les-Bains, Virginie Huguet a créé son profil sur Facebook et croule sous les contacts. Mais à quoi ça sert au juste et avec qui communique-t-elle dans les réseaux sociaux? Entretien.

DOJ - AFAJ: Quelle place prennent les nouveaux médias et en particulier Facebook dans votre travail ?

Virginie Huguet : Lorsque j'ai créé le profil « déléguée Jeunesse Yverdon », le but était de pouvoir communiquer de manière directe et rapide avec les jeunes. Et c'est en effet ce qui se passe. Le choix de la plateforme Facebook a été fait pour son succès auprès des jeunes de 13-25 ans. En combinant Facebook, le portable et les e-mails, je deviens quasiment atteignable partout et tout le temps. Ce qui ne signifie pas que je travaille nuit et jour, mais que je peux parer à certaines situations d'urgence si nécessaire. En tout, Facebook m'occupe 1 à 2 heures par jour.

Mais l'impact est considérable. Avant de mettre en place mon profil, en novembre 2009, j'avais une centaine de contacts directs avec les jeunes, surtout à travers le Conseil des jeunes. Aujourd'hui, je compte plus de 1700 « amis » sur Facebook, dans une commune qui

a environ 4800 habitants entre 13 et 25 ans. Facebook me permet aussi de toucher les jeunes des communes avoisinantes, certains adultes ainsi que des moins de 13 ans.

Ma présence sur Facebook et le web en général pourrait encore prendre de l'ampleur, par exemple à travers un guichet en ligne, derrière lequel je serais disponible une fois par semaine pendant quelques heures pour répondre directement aux jeunes.

Quel type d'information échangez-vous au quotidien avec les jeunes sur Facebook?

Facebook nous permet de diffuser régulièrement nos infos liées aux activités, projets et manifestations concernant les jeunes. Je diffuse les actualités du Conseil des jeunes d'Yverdon, relaie les activités des organisations de jeunesse, transmets des infos culturelles jeunes, etc. Les jeunes eux, m'informent beaucoup sur des événements dont je n'aurais pas eu connaissance par ailleurs. Je peux m'adresser à eux si je cherche une info, entrer en contact avec certains jeunes en particulier, voire recruter pour des projets.

La plupart de nos échanges portent sur des petites questions et des renseignements. On peut entrer en discussion et, dans certains cas, se faciliter la coordination de projets plus dispersés dans la région, comme l'Action 72 heures, tout en réduisant nos déplacements.

On reste cependant à un niveau très superficiel. C'est une plateforme de communication précieuse, mais pas un outil de préparation de projets. Facebook nous permet de créer le premier contact et d'échanger de simples renseignements avec une efficacité redoutable, mais dès qu'il s'agit d'organiser ou de décider ensemble, nous nous rencontrons personnellement. Jamais nous ne diffusons d'infos importantes ni ne prenons de décisions uniquement via Facebook.

Comment se construit la relation entre un-e délégué-e à la jeunesse et les jeunes dans un réseau comme Facebook ?

C'est un processus très simple. On se tutoie, les jeunes sont curieux de savoir qui se cache derrière le profil « déléguée jeunesse yverdon » et n'hésitent pas à me poser des questions spontanées. Contrairement à d'autres moyens que nous pouvons utiliser pour entrer en contact avec les jeunes, Facebook a cette caractéristique d'être d'emblée interactif. Les jeunes sont souvent les premiers à m'interpeller. Ils n'ont pas le sentiment d'un contact institutionnel et communiquent ouvertement avec moi, simplement pour savoir qui je suis et ce que je fais. En fait, ils arrivent souvent par un autre biais, par exemple une photo qu'ils trouvent cool. Là dessus ils laissent un message, puis les échanges commencent. On se rencontre donc tout simplement, non pas parce que les jeunes cherchent des infos sur la politique de jeunesse de leur ville, mais parce que nous avons des intérêts et des contacts en commun sur la même plateforme. Un des facteurs qui a d'ailleurs de l'importance pour les jeunes lorsqu'ils découvrent mon profil, c'est de trouver toute une série de leurs copains-ines parmi mes « amis ».

Une fois le contact établi, on s'échange très facilement des petites questions, des renseignements, des commentaires, mais aussi du son, des images, etc. Toujours dans l'interaction. Un commentaire reste rarement sans retour, même de la part de personnes qui ne sont pas directement concernées. Mais encore une fois, Facebook ne remplace pas le contact humain. Dès qu'une collaboration se met en place nous nous rencontrons en personne.

A votre avis, les réseaux sociaux aident-ils les jeunes à exprimer mieux leurs intérêts, leurs soucis, leurs projets ou leurs revendications ?

Au sein de leur propre groupe oui. Mais ils ne savent pas pour autant mieux communiquer avec les adultes. Les jeunes, surtout les moins de 18 ans, n'utilisent pas Facebook dans une logique de communication ou de défense de leurs intérêts vers l'extérieur. Certes, les réseaux sociaux leur offrent un terrain d'expérimentation, une ouverture sur des choses nouvelles. Ils s'essayaient à des actions individuelles ou collectives qu'ils n'auraient

pas entreprises sans ce média. Mais pour les inciter à s'exprimer plus largement ou à participer à la vie de leur collectivité, il faut plus qu'un réseau social en ligne. Un cadre plus institutionnel comme le Conseil des jeunes est nécessaire pour cela. Rien n'empêche en revanche une structure comme le Conseil des jeunes de s'appuyer sur les réseaux sociaux pour plus d'efficacité.

Entre 18 et 25 ans la situation est un peu différente. Les jeunes adultes identifient mieux leurs besoins et le potentiel des réseaux sociaux pour y répondre. Ils sortent aussi plus facilement de leur petit groupe restreint. On trouvera par exemple des organisateurs de soirées ou des DJ qui font la promotion de leurs événements.

Comment évaluez-vous l'accès aux moyens d'information et de communication comme Facebook chez les jeunes ? Quelle proportion d'entre eux utilise ces moyens, et qui reste peut-être à l'écart ?

Mon expérience me montre que les jeunes ont tous des téléphones portables et l'accès à internet. Si internet n'est pas disponible à la maison, ils peuvent se connecter à l'école ou ailleurs. De mon point de vue, les réseaux sociaux représentent un moyen de communication neutre dans le sens où il n'exclut pas certains pans de la société. On observe même que les jeunes issus de milieux socio-économiques défavorisés sont très actifs lorsqu'il s'agit de communiquer via les réseaux sociaux, peut-être pour compenser un certain manque de possibilités ou pour se détacher d'un contexte familial difficile.

Nous avons donc la chance, d'une part, d'entrer en contact avec un ensemble très large de jeunes. Parmi nos 1700 contacts, tous les domaines de formation ou de profession sont représentés. D'autre part, il est vrai qu'un certain nombre de jeunes n'utilisent ni téléphone portable, ni e-mail, ni réseau social. Ces jeunes là ne sont pas touchés par les moyens que nous mettons en œuvre et c'est un réel souci, d'autant plus qu'ils ne forment pas un groupe homogène.

Y a-t-il des compétences particulières que les jeunes développent en utilisant les réseaux sociaux ?

Ce sont des choses que la plupart d'entre eux apprendraient aussi par d'autres voies. Mais c'est sûr que la communication dans les réseaux sociaux implique tout d'abord qu'on rédige un message. Puis, s'il s'agit de monter une idée ou un événement, il faut se poser les questions organisationnelles fondamentales comme quand, qui, quoi, où... ? Depuis que je suis en contact avec les jeunes sur Facebook je découvre de nombreux petits événements qu'ils mettent sur pied individuellement ou collectivement : flashmobs, opération stickers pour embellir la ville, etc. Tôt ou tard, lorsqu'ils montent ce type d'événements, les jeunes s'aperçoivent qu'ils doivent y mettre du contenu, ce qui demande déjà

des compétences plus poussées. Ils s'essayent à de nombreuses choses qui ne marchent pas toujours du premier coup. S'ils veulent réaliser un petit projet en passant par leur réseau, ils sont souvent amenés à devoir adapter leur idée de départ et à réfléchir autrement. Ils réagissent intuitivement et développent tout un tas de stratégies propres aux réseaux sociaux. Nous avons pu nous en apercevoir, par exemple, lorsque nous avons proposé un prix à qui deviendrait notre 1400e « ami » (1400 = NPA d'Yverdon). Curieusement, suite à l'annonce de ce prix, le rythme d'acquisition de nouveaux amis a ralenti, voire s'est inversé. Evidemment, les jeunes étaient en train de mettre en place des stratégies pour augmenter leurs chances de l'emporter, notamment en quittant le groupe pour le rejoindre au moment propice :)

FACEBOOK IM ALLTAG EINER JUGENDDELEGIERTEN - EIN BEISPIEL AUS YVERDON



Gespräch mit Virginie Huguet, Jugenddelegierte in Yverdon-les-Bains

Virginie Huguet ist Jugenddelegierte in Yverdon-les-Bains, einer Gemeinde mit rund 4800 Jugendlichen zwischen 13 und 25 Jahren. Seit sie Ende 2009 Facebook als tägliches Arbeitsinstrument eingeführt hat, haben sich ihre direkten Kontakte zu diesen Jugendlichen vervielfacht. Heute sind es über 1'700 «Freunde», die gelegentlich oder regelmässig mit ihr über diese Plattform Infos und Auskünfte austauschen. Zwar bleiben diese Austausche in der Regel sehr oberflächlich, sie erlauben ihr aber stets über die Ereignisse informiert zu sein, die für ihre Zielgruppe von Bedeutung sind, und zu erfahren, welche Aktionen von den Jugendlichen aus der Region auf individueller oder gemeinsamer Basis unternommen, und mit Hilfe der online Communities bekannt gemacht werden. Unkomplizierte Kontaktaufnahme, sofortiges Duzen und anhaltende Interaktivität gehören zu den Selbstverständlichkeiten wovon die Jugendarbeit profitiert, wenn sie sich den online Communities anschliesst. Die Jugenddelegierte stellt aber auch fest, dass Jugendliche unter 18 Jahren Facebook noch nicht mit der Logik der Kommunikation gegen aussen oder zur Vertretung ihrer Anliegen benutzen. Zwar ermöglicht es ihnen, Kontakte und Aktivitäten zu entwickeln, zu denen sie ohne dieses Medium keinen Zugang gehabt hätten. Aber um sie zu motivieren, sich öffentlich zu Wort zu melden oder am Leben ihres Gemeinwesens teilzuhaben, braucht es zusätzliche und strukturiertere Angebote wie z.B. den Jugendrat. Junge Erwachsene von 18 – 25 Jahren hingegen identifizieren ihre eigenen Anliegen klarer und nutzen das Potential der online-Netzwerke gezielter, um diese umzusetzen, auch ausserhalb ihres kleineren, begrenzten Kreises, zum Beispiel um auf selbst organisierte Events aufmerksam zu machen. Als Jugenddelegierte, kann V. Huguet über Facebook auch zahlreiche Infos über ihr Angebot (Jugendrat usw.) und das der Jugendverbände verbreiten. Sobald es zu einer Zusammenarbeit kommt, trifft man sich aber persönlich. Auch werden wichtige Infos oder Entscheidungen nie ausschliesslich über Facebook kommuniziert.

Facebook erlaubt V. Huguet, Jugendliche aus allen Bildungs- oder Berufsbereichen zu erreichen. Es gehören auch vermehrt Jugendliche aus den umliegenden Gemeinden sowie Leute aus anderen Altersgruppen zu ihren Kontakten. Eine Herausforderung besteht jedoch, was die Jugendlichen betrifft, die weder online-Community, noch E-Mail oder Handy benutzen. Es ist umso schwieriger diese Minderheit zu erreichen, dass sie keiner bestimmten Bevölkerungsgruppe entspricht, sondern sich aus Jugendlichen jeglichen Milieus zusammensetzt, die aus unterschiedlichen Gründen diese Medien nicht benutzen können oder wollen.



COMMENT ENTENDRE LA JEUNESSE, COMMENT ÊTRE ENTENDU PAR LA JEUNESSE

**Daphné Ducrest,
REPER, Fribourg**

Les éléments présentés dans cet article font partie des résultats d'un travail de mémoire réalisé en 2010 dans le cadre de la formation d'éducatrice sociale ES. J'ai effectué cette formation parallèlement à mon emploi en tant que travailleuse sociale hors-murs (TSHM) auprès de l'association REPER, à Fribourg. REPER s'adresse aux jeunes de 12 à 25 ans et leurs proches, avec le principe de libre adhésion. Elle a pour but de contribuer à la promotion de la santé et de développer toutes les mesures utiles à la prévention des dépendances et des situations à risques. Le rôle du TSHM consiste à « aller vers » et agir directement lors de ses présences dans l'espace de vie des personnes concernées (rues, places, établissements publics, squats, appart, etc,...), dans le but d'être là pour apporter une aide, un accompagnement, un conseil, une orientation ou une information en tout genre aux jeunes.

Mon étude se base sur un échantillon de près de 75 individus : des jeunes rencontrés dans la rue ou à l'accueil de REPER et provenant de différents horizons.

L'objectif de cette recherche était de connaître les moyens les plus adéquats pour communiquer avec la jeunesse et, en particulier, d'attirer son attention et son intérêt vers un réseau secondaire qui pourrait potentiellement la concerner. Par réseau secondaire on entend les personnes, les services ou les institutions de second recours, c'est-à-dire qui ne constituent pas l'entourage immédiat des jeunes. Il s'agit plus précisément de toutes les instances administratives, juridiques, de soins et d'aide qui sont extérieures à la vie privée et familiale. Le réseau secondaire se compose d'acteurs issus de tous les secteurs professionnels, y compris les milieux artistiques par exemple.

Quelques indications sur l'utilisation des nouveaux médias par les jeunes

Les réponses aux questionnaires et interviews réalisés lors de permanences de rue révèlent clairement l'utilisation de la technologie Internet et texto du téléphone comme moyen de communication privilégié chez les jeunes. Lorsqu'il s'agit de trouver la réponse

au tourment présent, ces outils leur offrent une certaine discrétion et rapidité. En outre les jeunes sont friands des réseaux sociaux et des discussions spontanées pour stocker de grandes quantités d'informations sur la vie, les habitudes et l'histoire des gens inscrits dans ces groupes. L'intérêt de ces moyens de communication semble surtout résider dans le fait de pouvoir trouver une réponse immédiate.

Importance du réseau primaire et des personnes de confiance

Les informations recueillies auprès de notre échantillon permettent aussi de constater que la famille et les amis appartenant au réseau primaire restent la première ressource à laquelle les jeunes recourent en cas de problème. Les personnes interrogées considèrent leur réseau primaire comme élément clé pour leur bon développement et la construction d'une relation de confiance vis-à-vis de l'extérieur.

Cette relation, c'est-à-dire l'appropriation d'un réseau secondaire par les jeunes, est également facilitée par le lien de confiance tissé entre les jeunes et les travailleurs sociaux hors-murs. Les contacts réguliers et la libre adhésion des jeunes aux services REPER leur permettent de s'orienter sans contrainte vers le travailleur social. L'approche est différente que lorsqu'il y a rendez-vous obligatoire avec l'un ou l'autre des services d'aide ou de soins. Selon plusieurs retours, les jeunes se sentent plus à l'aise en présence de TSHM qui ont intégré leur milieu de vie, que de professionnels médicaux ou d'autres personnes mandatées pour les aider, mais qu'ils ne connaissent pas ou peu.

Présence directe auprès des jeunes et nouveaux médias, des outils complémentaires

C'est de ce constat que découle l'idée d'utiliser davantage les moyens de communication privilégiés par les jeunes, en plus de la présence régulière dans les espaces habituels. Ceci, sans oublier l'humour,

l'animation et l'originalité réclamés dans les commentaires des interviews.

L'utilisation des nouveaux moyens de communication, qui relève de l'évidence pour la grande majorité des jeunes, devient un élément que les professionnels de la jeunesse doivent prendre en considération. Ces médias ne remplacent pas le contact humain direct, qui reste une assurance de bon transfert d'information, mais constituent plutôt un ensemble d'outils complémentaires. Ils permettent aux professionnels de communiquer et d'apprendre, mais aussi de pouvoir rester attentifs aux divers phénomènes de dérives et de consommation abusive liés à cette culture de l'écran. Enfin internet est un moyen grâce auquel tous les services adressés aux jeunes peuvent être rendus visibles.

La recherche menée dans le cadre des activités de REPER montre d'une part que tous les jeunes se servent d'internet pour trouver une information pratique ou un contact virtuel. D'autre part elle relève que certains services d'aide en ligne spécifiquement adressés aux jeunes sont utilisés par un nombre relativement restreint d'entre eux. C'est le cas, par exemple, du site « CIAO », destiné aux jeunes, connu et reconnu par toute institution jeunesse. Parmi les jeunes interrogés, 18 % connaissent ce service et 6% l'utilisent. Cette proportion est relativement faible, sachant que les jeunes interrogés connaissent tous l'association REPER et son offre en ville de Fribourg. Ce résultat permet de mieux saisir l'importance des différents services à disposition des jeunes. Internet fait partie intégrante du quotidien des jeunes, mais lorsqu'il s'agit de trouver de l'aide, les services de proximité tel que la rencontre avec une personne TSHM ou autre service en libre adhésion continuent de remplir une fonction essentielle.

La présence auprès des jeunes sur le terrain ne doit pas être comprise comme une approche fondamentalement distincte de celle recourant aux nouveaux médias. Bien au contraire, il ressort de cette étude que les jeunes recourent simultanément aux différents moyens de communication et de rencontre qui se renforcent mutuellement. Conscients de cela, les professionnels de la jeunesse s'informent et intègrent constamment les différentes ressources qui entourent leur cadre institutionnel. Les outils et services disponibles grâce aux nouveaux médias en font aujourd'hui inévitablement partie et constituent en ce sens une ressource supplémentaire et complémentaire à intégrer et à exploiter.

Pour plus d'infos :

Daphné Ducrest
Travailleuse sociale hors-murs
REPER
Rue Hans-Fries 11
1700 Fribourg
076 443 19 40
daphne.ducrest@reper-fr.ch

ONLINE KOMMUNIKATION UND ZUGANG ZU INFORMATION- UND HILFSDIENSTEN



Daphné Ducrest ist in der mobilen Jugendarbeit in Fribourg tätig und hat im Rahmen ihrer Ausbildung als Sozialpädagogin, eine Arbeit geschrieben, die beschreibt, über welche Kommunikationskanäle die Jugendlichen Antworten und Lösungen zu ihren Fragen suchen.

Eine Umfrage wurde bei etwa 75 Jugendlichen durchgeführt, mehrheitlich im Kontext der mobilen Jugendarbeit und des Vereins REPER. Internet und Handy gehören bei den Jugendlichen eindeutig zu den bevorzugten Kommunikationsmitteln. Online Communities, Chats usw. werden von den Jugendlichen aber hauptsächlich benutzt, um einfache Diskussionen zu führen und Infos über ihr Leben, ihre Gewohnheiten, Events usw. zu speichern und auszutauschen. Die Mehrzahl der Befragten richtet sich bei seriöseren Fragen und bei Problemen zuerst persönlich an die Personen ihres engeren Umfeldes. Den Kontakt zu Fachpersonen, Behörden oder Verwaltung herzustellen fällt ihnen schwerer, besonders wenn sie diese noch nicht kennen. Die mobile Jugendarbeit spielt dabei eine sehr wichtige vermittelnde Rolle und kann die von den Jugendlichen bevorzugten Kommunikationsmittel als Ergänzung und Unterstützung von bestehenden Mitteln einsetzen.



WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN ZUM THEMA

Wie kann die offene Jugendarbeit Kommunikation über social media gestalten?

Wie können wir mit den neuen Medien medienpädagogisch arbeiten?

Zusätzlich zu den Informationen in diesem Heft, steht bereits eine grosse Zahl an Konzepten, Fachpersonen und Hilfsmitteln zur Verfügung.

TIPP? BITTE MELDEN!

Die folgende Liste ist nicht abschliessend und wird auf www.doj.ch laufend ergänzt. Haben Sie eine Information, die hier fehlt? Dann melden Sie sie doch ganz einfach an welcome@doj.ch !

Ressourcensammlung neue Medien auf www.doj.ch:
www.doj.ch → Themen → Neue Medien oder direkt
<http://www.doj.ch/591.0.html>

• «Nutzungskonzept für « Social Communities » in der mobilen Jugendarbeit»

Dieses Konzept von Laurent Sedano wird auf Seite 11 dieses Hefts beschrieben. Es steht auf der DOJ-Website zum Download zur Verfügung: www.doj.ch → Themen → Neue Medien.

• «Neue Medien in der Jugendarbeit»: FOKUS der okaj zürich

Im Mittelpunkt der Ausgabe 1/2009 von FOKUS stehen die verschiedenen Mechanismen und Auswirkungen der zunehmenden Internetnutzung auf den Alltag der Jugendlichen. Theoretische Hintergründe werden ergänzt mit umfangreichem Praxiswissen und persönlichen Erfahrungen. Information und Bestellung: <http://www.okaj.ch/angebote/publikationen/okaj-fokus>

• «Treffpunkt Internet» – Tagungsunterlagen

Die JARL (Jugendarbeit Luzern und Region) führte 2008 die Tagung «Treffpunkt Internet» durch. Themen waren u.a.: neue interaktive Medien (Entwicklung, Chancen, Gefahren) und Internet als Plattform zur Entwicklung der sexuellen Identität.

Im Rahmen dieser Tagung wurden zahlreiche Projekte

präsentiert, Workshops und Fachgespräche durchgeführt. Mehr dazu und Download der Tagungsunterlagen unter: www.doj.ch → Themen → Neue Medien → Infosammlung JARL oder direkt
<http://www.doj.ch/557.0.html?&L=3>

• Umgang mit Netlog, Facebook und Co

Das Thema «Neue Medien» ist spätestens mit dem Einzug von Computern in die Kinderzimmer auch ein Thema der Jugendarbeit geworden. Dabei wird deutlich, welchen Stellenwert Social-Community Plattformen, wie facebook, netlog etc. für die Jugendlichen haben. Die drehscheibe Jugend-Projektfabrik Horgen hat die Initiative ergriffen eine Orientierungshilfe für die Praxis zu entwickeln.

Link zum Download bei DOJ:

<http://www.doj.ch/541.0.html>

oder direkt bei

<http://www.jugendpolitik-horgen.ch/Unterlagen.asp>

• Sörf sauber - Internet-Pädagogik im Jugendtreff

Unter dem Titel «Sörf sauber» haben die Jugendhäuser von Reinach und Birsfelden 2008 ein innovatives Konzept zum Umgang mit dem Internet entwickelt. Es ist einfach umzusetzen und hilft einerseits, die Nutzung von Internet in Jugendtreffs sinnvoll zu gestalten, andererseits stellt es eine jugendgemässe Medienpädagogik für das Internet dar.

Zum Download des Konzepts:

<http://www.doj.ch/489.0.html>

• www.zischtig.ch – Infos und Workshops

Der Verein zischtig.ch hat die Förderung der Präventionsarbeit zu neuen Medien zum Ziel. Hierbei geht es um die Themen Internet, Chat und Communities (Social-Networks). Die Website enthält laufend aktualisierte Tips und Informationen zum Umgang mit einzelnen Aspekten der neuen Medien. Zudem werden Workshops angeboten (in erster Linie für Eltern).

Fachgruppe Neue Medien



Am 29. Juni 2010 wurde auf Anstoss der AGJA Kanton Aargau der Startschuss zur Gründung einer DOJ-Fachgruppe im Themenbereich Neue Medien, social communities und offene Jugendarbeit gegeben. Zur Zeit sind rund 18 Personen aktiv, die in diesem Bereich vertiefte Vorarbeiten geleistet haben. Die Arbeit der Fachgruppe wird darauf abzielen, die offene Jugendarbeit für die Nutzung von neuen Medien als Kommunikationsmittel fit zu machen. In den nächsten Monaten werden die konkreten Vorgehensschritte geklärt. Die Resultate der Fachgruppenarbeit werden anschliessend über den DOJ/AFAJ bekannt gemacht. Auskunft zur Fachgruppe erteilt zur Zeit die Geschäftsstelle: welcome@doj.ch.

INFOS SUPPLÉMENTAIRES SUR LE SUJET



Comment l'animation jeunesse peut-elle s'appropriier et exploiter les médias sociaux? Quelle approche pédagogique appliquer dans ce domaine et comment soutenir les jeunes?

Pour répondre à ces questions et bien d'autres, un ensemble de documents de référence, de spécialistes et d'outils pratiques sont à disposition. Le DOJ-AFAJ les rassemble sur son site et vous invite à les consulter et à les compléter : www.doj.ch → Thèmes → Les médias. Les infos à disposition sont pour l'instant essentiellement en langue allemande. Les contributions en français et italien sont donc les bienvenues ! Ecrivez-nous simplement à welcome@doj.ch !

Groupe de travail nouveaux médias

Le 29 juin 2010, un groupe de travail consacré aux nouveaux médias et aux réseaux sociaux dans l'animation jeunesse a été créé au sein du DOJ/AFAJ, sur une initiative d'AGJA, le réseau argovien d'animation jeunesse. 18 personnes y participent et ont entamé des réflexions approfondies sur les objectifs à poursuivre. Ce groupe de travail doit permettre aux milieux de l'animation jeunesse d'adopter efficacement les nouveaux médias comme moyens de communication. La marche à suivre exacte sera définie dans les mois à venir et le DOJ/AFAJ ne manquera pas de diffuser les résultats du groupe de travail en temps voulu. Renseignements sur le groupe de travail auprès du bureau du DOJ/AFAJ : welcome@doj.ch.

KEBAB+ - Projekt durchführen?

Neue Inputs zur Beziehungsarbeit mit Jugendlichen bekommen?

KEBAB+ - Workshop!

Im Rahmen von Kebab+ (**K**ochen – **E**ssen – **B**egegnen – **A**usspannen – **B**ewegen) unterstützt das Migros-Kulturprozent in Zusammenarbeit mit DOJ/AFAJ seit zweieinhalb Jahren lokale Jugendarbeitsstellen, die Projekte zu den Kebab+-Themen durchführen. In dieser Zeit sind über 100 spannende, nachhaltige und partizipative Projekte entstanden.

Kebab+ wird auch 2011 fortgeführt, darum lohnt es sich, an der Tagung vom 9. Dezember in Zürich gemeinsam zurück und vorwärts zu blicken. Das diesjährige Veranstaltungsthema lautet: **«Beziehungsarbeit mit Jugendlichen»**. Gerald Koller, der mit seinen pädagogischen Handlungsmodellen die Gesundheitsförderung in Mitteleuropa seit Jahrzehnten mitprägt, wird das Inputreferat halten. Zudem werden ausgewählte, bereits durchgeführte Projekte vorgestellt. Am Nachmittag werden Workshops rund um Kebab+ und das Veranstaltungsthema angeboten.

Die Tagung richtet sich an Jugendarbeitsstellen, die am Thema interessiert sind sowie diejenigen, die planen, in Zukunft ein KEBAB+-Projekt durchzuführen.

Detailinformationen und Anmeldung auf www.kebabplus.ch.

Un soutien aux projets issus de l'animation jeunesse à l'échelle locale, c'est ce qu'offre le projet Kebab+. Depuis deux ans et demi déjà, le pour-cent culturel Migros soutient les projets qui concilient la cuisine, les repas, la rencontre, la détente et le mouvement, en collaboration avec le DOJ/AFAJ. Plus de 100 projets passionnants, durables et participatifs ont déjà vu le jour. Intéressés ? Le projet Kebab+ se poursuit en 2011 : www.kebabplus.ch

INFORMATION

InfoAnimation ist die Fachzeitschrift des Dachverbands offene Jugendarbeit Schweiz DOJ.
Sie erscheint dreimal jährlich mit thematischen Nummern.
Abonnementspreis: Fr. 30.-.

Für Inserierungsmöglichkeiten, siehe:
www.doj.ch/444.0.html

InfoAnimation: la revue spécialisée de l'association faîtière suisse de l'animation jeunesse en milieu ouvert AFAJ.
Paraît trois fois par année, chaque numéro étant consacré à un sujet particulier.
Abonnement annuel : Fr. 30.-

Infos sur les annonces sous www.doj.ch/444.0.html

Bitte frankieren

DOJ
Zentrum passepartout
Sandstrasse 5
3302 Moosseedorf

BESTELLTALON / ABONNEZ VOUS !

Ich bestelle das Jahresabonnement für Fr. 30.-
Abonnement annuel : Fr. 30.-

Institution

Name / Nom

Vorname / Prénom

Adresse

PLZ, Ort / NPA, Lieu

Telefon / Tél.

E-Mail

ODER BESTELLEN SIE INFOANIMATION ONLINE UNTER WWW.DOJ.CH
ABONNEMENTS OU COMMANDE DE NUMEROS AUSSI VIA WWW.DOJ.CH

Impressum:

**DOJ
AFAJ**

Dachverband offene Jugendarbeit Schweiz
Association faîtière suisse pour l'animation jeunesse en milieu ouvert

Dachverband offene Jugendarbeit Schweiz
Sandstrasse 5
3302 Moosseedorf
Tel. 031 850 10 25
Fax. 031 850 10 21
welcome@doj.ch
www.doj.ch

Redaktion / Rédaction: **Nicola Dänzer**
Gestaltung & Layout / Graphisme et mise en page:
hartmannzgraggen.ch
Druck / Impression: **Druckerei Gasser, Belp**