

Schriften zur Medienpädagogik 57

Medienkultur und Öffentlichkeit

Meinungs- und Medienbildung zwischen Engagement, Einfluss und Protest

Marion Brüggemann
Sabine Eder
Markus Gerstmann
Horst Sulewski (Hrsg.)

Schriften zur Medienpädagogik 57

Dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend danken wir für die Förderung des vorliegenden Bandes.

Herausgeber

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur in der Bundesrepublik Deutschland (GMK) e.V.

Anschrift

GMK-Geschäftsstelle
Oberstr. 24a
33602 Bielefeld
Fon: 0521/677 88
Fax: 0521/677 29
E-Mail: gmk@medienpaed.de
Homepage: www.gmk-net.de

Für namentlich gekennzeichnete Beiträge sind die Autor*innen verantwortlich.
Redaktion: Marion Brüggemann, Sabine Eder, Markus Gerstmann, Horst Sulewski,
Tanja Kalwar
Lektorat: Tanja Kalwar
Einbandgestaltung und Titelillustration: Katharina Künkel

© kopaed 2021
Arnulfstr. 205
80634 München
Fon: 089/688 900 98
Fax: 089/689 19 12
E-Mail: info@kopaed.de
Homepage: www.kopaed.de

ISBN 978-3-96848-635-2

Katharina Bluhm
Mehr als nice
Digitale politische Jugendbeteiligung
jenseits von Teenwashing

Die Beteiligung von Kindern und Jugendlichen muss endlich ernst genommen werden. Dafür müssen wir auf gesellschaftlicher, pädagogischer und politischer Ebene aber die richtigen Voraussetzungen schaffen.

„Der [16. Kinder- und Jugend-; Ergänzung der Redaktion] Bericht unterstützt die konsequente Umsetzung dieser Jugendstrategie und eine stärkere, verbindliche Beteiligung junger Menschen an sie betreffenden politischen Entscheidung auf allen politischen Ebenen.“ (BMFSFJ 2020: 11)

Junge Menschen nach ihrer Meinung zu fragen und mit ihnen Gespräche zu führen, ist zunächst eine gute Absicht. Wenn die Ideen von Kindern und Jugendlichen aber lediglich eingesammelt und diese nicht in Umsetzungen berücksichtigt werden, dann sprechen wir von „Alibi-Beteiligung“ und auch „Teenwashing“. Zu häufig noch wird der vermeintliche Dialog mit jungen Menschen genutzt, um Vorhaben zu legitimieren, die längst schon entschieden wurden. Oder es wird zu Befragungen und Themen eingeladen, die gar nicht dem Interesse der jungen Menschen entsprechen. Diese an der Lebensrealität vorbei wandernden Vorhaben werden anschließend zur Imagepflege der Fragen genutzt, die häufig aus Politik oder Verwaltung kommen.

Junge Menschen zu befragen, um schon getroffene Entscheidungen zu legitimieren, ist gefährlich. Das schafft negative Erfahrungen für zukünftige echte Beteiligungsprojekte. Alibi-Abfragen führen dazu, dass Frust entsteht und die Bereitschaft, sich zukünftig bei echten Beteiligungsverfahren einzubringen, sinkt. Gerade die großen Fragen nach der Gestaltung der Zukunft aus Kinder- und Jugendsicht werden oft gestellt mit der vermeintlich guten Idee, sich zu interessieren von Erwachsenenenseite. Wenn diese Gespräche oder Veranstaltungen aber keine Konsequenzen haben und eine Veränderung des Status Quo erfolgt, dann ist das ein klares Zeichen dafür, dass junge Menschen nicht ernst genommen werden.

Die Corona-Pandemie hat hier nochmal deutlich gezeigt, dass Kinder und Jugendliche nicht gefragt oder angehört werden, wenn es um Belange geht, die auch ihr Leben stark beeinflussen. Sie sind schlichtweg nicht zu Wort gekommen und wurden oft nur als Schüler*innen wahrgenommen. Wichtig ist immer wieder in den Blick zu nehmen, dass junge Menschen

mehr sind als nur Schüler*innen oder zukünftige Arbeitskräfte. Sie sind Individuen mit eigenen Bedürfnissen, Ideen, Wünschen und Lebenslagen. Wir wissen sehr wohl aus der Praxis der Kinder- und Jugendbeteiligung, dass junge Menschen sich beteiligen wollen, sie etwas zu sagen haben und nicht zuletzt als Expert*innen ihrer eigenen Lebenswelt wahr und ernst genommen werden müssen.

Kinder- und Jugendbeteiligung muss ernsthaft gewollt sein und konsequent durchgeführt werden mit den Zielgruppen und den Themen entsprechenden Methoden. Gute Beteiligungsprozesse können dort anfangen, wo die Jugendlichen sich aufhalten: in der Schule, im Jugendverband, im Jugendclub und in Vereinen. Alle Institutionen, die sie durchlaufen (müssen), können geeignete Beteiligungskonzepte aufstellen. Angefangen bei der Mitsprache und Mitorganisation von Veranstaltungen, Ferienfreizeit, der Diskussion um Öffnungszeiten oder der Wahl der Schülersprecher*innen – Möglichkeiten und Anknüpfungspunkte gibt es zahlreich. Sie müssen aber genutzt werden. Demokratie und Beteiligung müssen gelernt werden. Erste positive Beteiligungserfahrungen ermöglichen und motivieren zur Partizipation an größeren Fragen und Entscheidungsprozessen.

Um diese Prozesse zielgruppengerecht gestalten zu können, braucht es das entsprechende Know-how bei Fachkräften, Verwaltung und Politik. Das umfasst Wissen zur Prozessgestaltung, Methoden und Qualitätsmerkmale, wie zielgruppengerecht, zeitgemäß und nachhaltig. Zielgruppengerecht meint heute aber auch den Einsatz von Medien und digitaler Prozesse im Internet. Es gilt, den bisher analogen Methodenkoffer zu erweitern. Medienkompetenz ist dabei eine wichtige Voraussetzung, um Beteiligung mit digitalen Methoden überhaupt umsetzen zu können.

Das Projekt *Digitale Jugendbeteiligung* beim Jugendmedienverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. fokussiert seit 2018 auf den Einsatz digitaler Tools und Methoden mit Medieneinsatz für Beteiligungsprozesse. Im Bundesland gibt es schon seit 2001 landesweite Beteiligungsprojekte, wie das *Beteiligungsnetzwerk MV*, und Unterstützung für die Beteiligung junger Menschen auf kommunaler und landesweiter Ebene.

In den Monaten der Corona-Pandemie ist das Thema digitale Tools vermeintlich wichtiger geworden. Die Nachfrage nach digitalen Tools für Beteiligung war groß, aber davor steht nach wie vor die Frage der (digitalen) Kontaktaufnahme mit der eigenen Zielgruppe. Auch die Auseinandersetzung der Zusammenarbeit und Kommunikation mithilfe von digitalen Tools ist in den Fokus gerückt.

Das reine Unterhalten und Kontakthalten mit Jugendlichen über digitale Tools ist dabei noch keine Beteiligung. Diese Notwendigkeit ist in Zeiten der

Corona-Pandemie aber stark in den Fokus gerückt, da vor Ort Gruppenstunden, Begegnungen und Beratungen nicht mehr möglich waren. Die Unerfahrenheit und fehlende Medienkompetenz vieler Fachkräfte ist durch die Pandemie nochmal sehr deutlich geworden. In vielen Projekten und Initiativen wurde sich gegenseitig geschult, geholfen und ausgetauscht. Dabei lag der Fokus oft (leider) noch gar nicht bei Beteiligungsprozessen, sondern darauf, Kommunikation und Kontakt aufrechtzuerhalten. Diese ersten Schritte müssen aber mit Fachkräften aus der Jugendarbeit, Verwaltung und Politik gegangen werden, um überhaupt Beteiligungsformate ermöglichen zu können.

Gleichzeitig ist wichtig zu betonen, dass Kinder- und Jugendbeteiligung nicht komplett nur noch digital oder im Internet umgesetzt werden soll. In manchen digitalen Beteiligungsprozessen ist eine reine digitale Umsetzung des Prozesses möglich, jedoch ist in vielen Fällen der analoge Kontakt zwischen den Jugendlichen untereinander, mit Multiplikator*innen oder Politik und Verwaltung unerlässlich. Ein digitaler Beteiligungsprozess kann folglich aus einander bedingenden online und offline stattfindenden Phasen bestehen. Voraussetzungen für die qualitativ hochwertige Durchführung von lebensweltnahen Beteiligungsprozessen sind dabei das Wissen und die Methoden um Beteiligung selbst sowie Medienkompetenz. Der schon vorhandene Methodenkoffer wird erweitert um digitale Tools und Methoden mit Medieneinsatz, um an die Lebenswelt der jungen Menschen anknüpfen zu können. Eine gute Verknüpfung und damit zeitgemäße und moderne Kinder- und Jugendbeteiligung sind so möglich.

Eine große Herausforderung der digitalen Jugendbeteiligung ist dabei in Mecklenburg-Vorpommern wie auch in anderen Flächenländern, das Nicht-Vorhandensein von stabilem Internet oder Verfügbarkeit von WLAN. Wenn diese Grundvoraussetzung nicht zur Verfügung steht, geht vieles weitere nicht. Das müssen wir im Blick behalten. Kolleg*innen vor Ort finden viele kreative Lösungen, um Zugänge und Kommunikation zu ermöglichen und den Kontakt zur Zielgruppe zu halten. Treff-Angebote im digitalen Raum, die Möglichkeit, über soziale Netzwerke mitzumachen und sich einzubringen, sowie gut aufbereitete Informationen im Netz ermöglichen das Erreichen oder Zusammenbringen von „neuen“ jungen Menschen.

Ganz klar ist aber auch, dass für jede neue Veranstaltung, jeden Beteiligungsprozess und in jeder Kommune neu evaluiert werden muss, wie die Ansprache an die Zielgruppe und Kommunikation mit ihr erfolgen kann. Es macht zum Beispiel keinen Sinn, auf Instagram unterwegs zu sein und dort für die eigene pädagogische Arbeit oder Beteiligungsprozesse Werbung zu machen, wenn die Jugendlichen in dem Einzugsgebiet gar nicht unterwegs sind. Hier lohnt es sich besonders, mit den jungen Menschen selbst ins Gespräch

zu kommen und gemeinsam Kommunikationsstrategien zu erarbeiten. Wenn das Amtsblatt in der Kommune gelesen wird, dann ergibt es auch Sinn, ganz analoge Werbung für u.a. digitale Veranstaltungen und Prozesse zu machen. Das Plädoyer an dieser Stelle ist, sehr lokal zu betrachten und evaluieren, wie Prozesse gestaltet werden können, wie und wo die Zielgruppe erreichbar ist und wer z.B. Schlüsselpersonen und Multiplikator*innen sind.

Eine Frage, die immer wieder gestellt wird, ist die nach den innovativen, allumfassenden digitalen Methoden, mit denen alle jungen Menschen erreicht werden können in Partizipationsprozessen. Die Frage allein ist spannend, weil sie eine vermeintliche einfache Lösung für eine komplexe Herausforderung sucht und gleichzeitig gibt es die Vermutung oder den Wunsch, dass durch den Einsatz digitaler Elemente alles einfacher wird. Das ist aber nicht so. Die Frage nach den wirkungsvollen analogen Methoden stellen wir in dieser Art eher nicht, sondern analysieren Beteiligungsgegenstand, Zielgruppe und Prozess. Dasselbe müssen wir für den Einsatz digitaler Methoden und Tools auch tun. Nur so kann der Partizipationsprozess erfolgreich sein. Es lohnt sich zudem, immer gemeinsam mit Jugendlichen solche Prozesse zu planen und sie in die Vorbereitungen und Durchführungen mit einzubeziehen. Dieses Vorgehen erhöht die Chance immens, nicht an der Zielgruppe vorbei zu planen.

Die Gestaltung von (digitalen) Beteiligungsprozessen und Rückmelde-möglichkeiten sind oft sehr textlastig, zeigt die Erfahrung. Kürzere und knackigere Formulierungen eignen sich besser. Auch in den Beteiligungsprozessen sollten Rückmeldungen und das Einbringen von Ideen nicht nur schriftlich und durch Text möglich sein. Auch hier lohnt sich, die komplette Bandbreite der Kreativität und Möglichkeiten an Medien zu nutzen: Sprachnachrichten, Bilder, Memes, Spiele, gemeinsam bauen etc. Viele Prinzipien, die wir aus analogen Methoden kennen, können wir auch ins Digitale transferieren. An dieser Stelle sei nochmal deutlich betont, dass es nicht darum geht, alles zu digitalisieren, sondern die Bandbreite an Möglichkeiten zu erweitern und dicht an der Lebenswelt junger Menschen zu arbeiten.

Es gibt keine Zauberformel für gute digitale Jugendbeteiligung. Wir wissen, dass Beteiligungsarbeit auch Beziehungsarbeit ist. Als Erwachsene und Fachkräfte brauchen wir Ausdauer für diese Prozesse. Gute Abstimmungen sind auch notwendig, damit das Beteiligungsangebot für junge Menschen nicht immer zwischen Extremen schwankt – von „es gibt nichts mitzuent-scheiden“ bis „es gibt viele verschiedene Beteiligungsprozesse“ in derselben Stadt zur selben Zeit.

Wir sollten an Jugendliche auch keine höheren Erwartungen stellen als an Erwachsene in Beteiligungsprozessen. Wenn wenige Jugendliche mitma-

chen in einem Prozess, muss sich angeschaut werden, woran es liegt. Den Jugendlichen darf nicht vorgeworfen werden, dass sie sich grundsätzlich nicht dafür interessieren würden. Mit den Jugendlichen sollten zusammen Formate entwickelt werden. Netzwerke müssen hinzugezogen werden, um Prozesse zu moderieren, diese Projekte zu managen und medienpädagogische Fachkräfte zur Unterstützung dazu geholt werden.

„Die Bundesregierung hat maßgeblich darauf hingewirkt, dass die EU-Jugendstrategie das soziale und bürgerschaftlichen Engagement junger Menschen fördert und darauf abzielt, dass alle jungen Menschen über die notwendigen Grundlagen für gesellschaftliche Teilhabe verfügen.“ (BMFSFJ 2020: 11)

Jugendliche müssen unterstützt werden, in der digitalisierten Lebenswelt zurechtzukommen und sich einbringen zu können. Dabei gilt es, „[...] sowohl die Förderung von digitaler Urteils- und Handlungsfähigkeit im Sinne einer Beteiligung an politischen Entscheidungsprozessen als auch die Befähigung zu einer demokratischen Selbstbestimmung in einer digitalisierten Lebenswelt“ (ebd.: 57) zu ermöglichen. Dafür brauchen wir gute medienpädagogische Angebote für junge Menschen von ausgebildeten Medienpädagog*innen, bessere Finanzierung, die unabhängig ist von Projektfinanzierung. Grundlegende Medienbildung muss weiter und stetig angeboten werden können. Alle pädagogisch tätigen Fachkräfte brauchen gute Aus- und Fortbildung, um selbst medienpädagogisch arbeiten zu können, Jugendliche zu begleiten und diese fit zu machen.

Im 16. Kinder- und Jugendbericht des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend wird sowohl Schule als wichtiger Ort der Medienkompetenzförderung durch die Verankerung in Fachcurricula genannt (vgl. ebd.: 57f.) als auch die außerschulischen Bildungsorte.

„Natürlich kann auch außerhalb der Schule die kritische Reflexion digitaler Medieninhalte unterstützt werden [...]. Die kreativen Potenziale der außerschulischen Jugendbildung können dabei auf Spielräume setzen, die durch die freiwillige Beteiligung Jugendlicher genutzt werden.“ (ebd.: 58)

Im Bericht wird zudem die Forderung eines Digitalpakts für die außerschulische Bildung deutlich formuliert, der auch eine medienpädagogische Ausbildung beinhaltet (vgl. ebd.).

Als Gesellschaft müssen wir uns zudem der Aufgabe stellen, den digitalen Raum ansprechend und sicher für junge Menschen zu gestalten. Nur

dann sind auch der Zugang und die Möglichkeit vorhanden, um sich zu beteiligen. Hass, Fake News und andere Gefahren entstehen im Internet nicht aus einem luftleeren Raum heraus. Das sind gesamtgesellschaftliche Probleme, die angegangen werden müssen. Es braucht dafür gute Schutzkonzepte für junge Menschen und mehr Medienbildung, um die Medienkompetenz zu erhöhen. So wissen sie selbst auch, wie sie sich schützen können, in dem sie Fake News erkennen und Gefahren vermeiden. Die Frage ist also nicht nur, wie wir junge Menschen dazu bekommen, sich mehr zu beteiligen, sondern wie wir als Gesellschaft einen zugänglichen und willkommen heißenden Raum erschaffen, um ihn gemeinsam gut nutzen und Partizipationsprozesse auch hier ermöglichen zu können.

Die Reform des Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) und des Jugendschutzgesetzes (JuSchG) sind dabei wichtige Schritte. Ausfinanzierte Stellen für Medienpädagog*innen, der angesprochene Digitalpakt für die außerschulische Medienbildung sowie eine Verankerung von medienpädagogischer Aus- und Fortbildung in allen pädagogischen Arbeitsfeldern sind ebenso essentiell.

Literatur

BMFSFJ – Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2020): Bericht über die Lage junger Menschen und die Bestrebungen und Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe: 16. Kinder- und Jugendbericht. Abrufbar unter: www.bmfsfj.de/bmfsfj/service/publikationen/16-kinder-und-jugendbericht-162238 [Stand: 21.05.2021].

Lizenz

Der Artikel steht unter der Creative Commons Lizenz **CC BY-SA 4.0**. Der Name der Urheberin soll bei einer Weiterverwendung genannt werden. Wird das Material mit anderen Materialien zu etwas Neuem verbunden oder verschmolzen, sodass das ursprüngliche Material nicht mehr als solches erkennbar ist und die unterschiedlichen Materialien nicht mehr voneinander zu trennen sind, muss die bearbeitete Fassung bzw. das neue Werk unter derselben Lizenz wie das Original stehen. Details zur Lizenz: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode>

Einzelbeiträge werden unter www.gmk-net.de/publikationen/artikel veröffentlicht.