

Abstract:

Bedeutung und Einsatz „Neuer Medien“ in Gesundheitsförderung und Prävention insbesondere mit Jugendlichen

Die SUPRO – Werkstatt für Suchtprophylaxe beschäftigt sich schon seit Jahren in mehreren Projekten mit dem Thema, wie insbesondere Jugendliche für gesundheitsrelevante Themen interessiert werden können und wie es gelingen kann, Jugendliche auf dem Weg zu einem mündigen und verantwortungsbewussten Umgang mit ihrer bio-psycho-sozialen Gesundheit zu begleiten.

In vielen dieser Projekte zeigte sich, dass die multimediale Auseinandersetzung mit der eigenen Lebenswelt, mit den eigenen Wünschen, Bedürfnissen und Verhaltensweisen sehr gut geeignet ist, um Reflexionsprozesse bei den Jugendlichen zu initiieren und damit deren Handlungs- und Lebenskompetenz zu erweitern.

Gleichzeitig ermöglichen die produzierten Beiträge einen einmaligen Einblick in die Lebenswelten der Jugend. Sie regen zur Diskussion an, geben Impulse, zeigen unterschiedliche Standpunkte auf und fördern gegenseitigen Respekt und Verständnis.

Exemplarisch sei an dieser Stelle ein von Jugendlichen im Rahmen der Medienwerkstatt produzierter Kurzfilm zum Thema „Mobbing in der Schule“ erwähnt. Dieser Film ist wie alle von den Jugendlichen freigegebenen Filme bzw. Digital Stories von der Medienwerkstatt auch auf der Videoplattform YouTube platziert worden und wurde in wenigen Monaten mehr als 550.000 Mal aufgerufen und angesehen. Außerdem wurde der Film in der Kommentarleiste von über 2.300 Personen kommentiert und diskutiert bzw. von etwas mehr als 2.500 Personen mit dem „Gefällt mir“-Button versehen. Dies zeigt neben der Kompetenz der Jugendlichen auch, dass

- Medieninnovationen die Art und Weise wie vor allem Jugendliche kommunizieren sich stark verändern haben.
- Jugendliche nicht nur konsumieren wollen. Sie wollen auch kommentieren, produzieren und sich beteiligen, wenn sie die Möglichkeit dazu bekommen und das Thema ihrer Lebenswelt entspricht.

Gesundheit und Wohlbefinden

Die WHO hat bereits 1948 Gesundheit als den Zustand von vollständigem körperlichen, psychischen und sozialen Wohlergehens und nicht nur als die Abwesenheit von Krankheit definiert. Dennoch unterliegt der Begriff „Gesundheit“ jeweils einer individuellen Interpretation, welche stark von der sozialen Umwelt abhängig ist. So definiert Laverack Gesundheit als einen relativen Begriff: „Health is subjective and its interpretation is relative to the environment and culture in which people live. Health can mean different things to different people“ (Laverack 2007, 31).

Wenn demnach das Verständnis von Gesundheit von Umwelt und Kultur abhängig ist und von jedem anders interpretiert wird, dann ist auch klar, dass dies für Jugendliche gilt. Vielleicht noch weit mehr als für Erwachsene.

Damit ist aber auch klar, dass Gesundheitsförderprogramme nur dann von Jugendlichen wahrgenommen werden, wenn sie deren Lebenswelten und ihrem Verständnis von Gesundheit entsprechen.

Gleichzeitig muss festgestellt werden, dass der Begriff „Wohlbefinden“ bei Jugendlichen einen höheren Stellenwert als „Gesundheit“ hat. Für Jugendliche ist nämlich der Begriff „Wohlbefinden“ mit subjektiven Bewertungskriterien gekoppelt, während „Gesundheit“ etwas von der Gesellschaft und den Erwachsenen Vorgegebenes ist.

So ist das Gefühl selbst entscheiden zu können, was für einen persönlich gesund ist, was einem gut tut, die Voraussetzung für Wohlbefinden und damit wesentlich dafür, dass etwas als gesundheitsrelevant akzeptiert wird. Selbstbestimmung ist also ein wesentlicher Faktor für das Gelingen von Projekten im Bereich der Gesundheit. (Siehe: Forschungsbericht „Gesundheit und Wohlbefinden im Kontext jugendlicher Lebenswelten, Mai 2011)

Zusätzlich wird der Begriff „Gesundheit“ von Jugendlichen zumeist mit dem Begriff „Verzicht“ gekoppelt. So könnte man etwas verpassen, wenn man tut, was von der Gesellschaft als gesund eingestuft wird bzw. nicht tut, was als ungesund eingestuft wird.

Außerdem sind die meisten Jugendlichen stark in der Gegenwart verortet. Das bedeutet, sie sind „gegenwärtig gesund“ und machen sich keine Gedanken über ihre „zukünftige Gesundheit“.

Dementsprechend gilt es in der Gesundheitsförderung auch, nicht allzu sehr auf den möglichen, zukünftigen „Defiziten“, sondern vielmehr auf den bestehenden Ressourcen aufzubauen. Daher wird auch der Versuch, mit dem „erhobenen Zeigefinger“ gesundheitlich bedenkliche Gewohnheiten und Lebensstile an den Pranger zu stellen und das gegenwärtige Verhalten zu „verbessern“, bei den meisten Jugendlichen wenig Erfolg haben.

Lernen 2.0

„Unter Lernen versteht man den absichtlichen (intentionales Lernen) und den beiläufigen (inzidentelles und implizites Lernen), individuellen oder kollektiven Erwerb von geistigen, körperlichen, sozialen Kenntnissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Aus lernpsychologischer Sicht wird Lernen als ein Prozess der relativ stabilen Veränderung des Verhaltens, Denkens oder Fühlens aufgrund von Erfahrung oder neu gewonnenen Einsichten und des Verständnisses (verarbeiteter Wahrnehmung der Umwelt oder Bewusstwerdung eigener Regungen) aufgefasst.“ (Siehe <http://de.wikipedia.org/wiki/lernen>)

Während in einem behavioristischen Modell des Lernens das Gehirn mehr oder weniger als ein passiver Behälter gesehen wird, in dem Wissen – definiert als korrekte Input-Outputrelation - abgelagert wird, sieht der Kognitivismus das Gehirn als ein informationsverarbeitendes „Gerät“ in dem Wissen – definiert als ein adäquater interner Verarbeitungsprozess – verarbeitet wird. Als Lernziel wird im Kognitivismus - unter dem Paradigma des Problemlösens – das Finden von richtigen Methoden für passende Antworten definiert.

Im Gegensatz zum Behaviourismus betont der Konstruktivismus die internen Verstehensprozesse und in Abgrenzung zum Kognitivismus lehnt er die Annahme einer Wechselwirkung zwischen der externen Präsentation und dem internen Verarbeitungsprozess ab. Der Sichtweise von Lernen als einem Informationsverarbeitungsprozess wird die Vorstellung von Wissen als der individuellen Konstruktion eines aktiven Lerners in einem sozialen Kontext gegenübergestellt. Dem Vorwissen des Lernenden kommt insofern

entscheidende Bedeutung zu, da neues Wissen stets im Bezug darauf konstruiert wird und die Aktivierung von Vorkenntnissen, ihre Ordnung, Korrektur, Erweiterung, Ausdifferenzierung und Integration die entscheidende Rolle spielen. Durch Lernen werden individuelle Konstrukte aufgebaut, verknüpft, reorganisiert und modifiziert, und zwar stets unter dem Prinzip der aktuellen und zukünftigen Zweckmäßigkeit. Lernen bedeutet nach dem konstruktivistischen Paradigma aktives Wahrnehmen, Erfahren, Handeln, Erleben und Kommunizieren. (vgl. Werner Stangl, Assistenzprofessor am Institut für Psychologie und Pädagogik an der Sozial- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Johannes-Kepler-Universität Linz)

„Konnektivismus (engl. Connectivism), ist eine relativ junge Lerntheorie, die sich auf das Lernen im digitalen Zeitalter bezieht. Sie wurde von dem kanadischen Lerntheoretiker George Siemens entwickelt. Anders als bestehende Lerntheorien sieht der Konnektivismus den Mensch nicht als isoliertes sondern als vernetztes Individuum. So entsteht ein Netzwerk, sowohl zu anderen Menschen, als auch zu nicht-menschlichen Quellen. Dieses Netzwerk ist maßgeblich für das Lernen, da der Mensch jederzeit darauf zugreifen kann.“ (Siehe: <http://de.wikipedia.org/wiki/Konnektivismus>)

Prinzipien des Konnektivismus

- Lernen und Wissen beruht auf der Vielfältigkeit der Meinungen.
- Lernen als Prozess, spezialisierte Netzwerkknoten oder Informationsquellen miteinander zu verbinden.
- Die Verbindungen sind wichtiger als deren Inhalt.
- Wissen kann in nicht menschlichen Hilfsmitteln verbleiben.
- Die Kompetenz, mehr wissen zu wollen, ist wichtiger als das aktuelle Wissen.
- Um kontinuierliches Lernen zu ermöglichen, ist es notwendig, Verbindungen zu pflegen und zu erhalten.
- Die Fähigkeit, Verbindungen zwischen Themenfeldern, Ideen und Konzepten zu sehen, ist eine Kernkompetenz.
- Aktuelles und akkurates Wissen ist die Intention aller konnektivistischen Lernaktivitäten.
- Entscheidungsfindung als solches ist ein Lernprozess: Die Entscheidung darüber, was gelernt wird und die Bedeutung der einlaufenden Informationen unter dem Aspekt einer sich verändernden Realität einzuordnen. Eine heute richtige Antwort kann morgen bereits veraltet sein, aufgrund möglicher Änderungen in der Informationsgrundlage, die die Entscheidung beeinflusst.

Die Möglichkeiten, die sich durch das Web 2.0 ergeben, unterstützen das konnektivistische Lernen, da es einfacher geworden ist, sich zum Beispiel über Soziale Netzwerke mit anderen Menschen zu vernetzen, mit ihnen zu kommunizieren.

Kommunikation

Dr. Dominique von Matt, Geschäftsführer der Agentur Jung von Matt in Zürich, hat anlässlich einer Veranstaltung der Fachgruppe Werbung und Kommunikation der Vorarlberger Wirtschaftskammer im Frühjahr 2011 mehrere Empfehlungen für erfolgreiche Kommunikation in der Zukunft abgegeben. Auch wenn Dominique von Matt aus der Werbe- und Kommunikationsbranche kommt, so sind seine Erkenntnisse und die daraus abgeleiteten

Empfehlungen in unserer Einschätzung für die Kommunikation mit Jugendlichen beinahe eins zu eins übertragbar.

Jung von Matt ist eine Werbeagentur mit Hauptsitz in Hamburg, die mit 14 Agenturen in den Ländern Deutschland, Schweiz, Österreich, Schweden, Polen und Tschechien vertreten ist.

Dominique von Matt empfiehlt hinsichtlich erfolgreicher Kommunikation,

(1) das Medium Film/Filmclip bevorzugt einzusetzen.

Der Film wird die Kommunikation der Zukunft prägen, da er nach wie vor das beste Mittel ist, um emotionale Botschaften zu vermitteln und weil er sowohl in TV wie online einsetzbar ist. Zudem ist Film auch ein Medium, welches für bildungsferne und kognitiv gehandicapte Menschen geeignet ist. Botschaften, welche mit Bildern unterlegt sind, werden auch von Personen mit Sprachverständnis- bzw. Lese-Verständnisproblemen besser verstanden.

(2) auf Social Media zu setzen, denn diese prägen zunehmend die Mediennutzung.

Laut der Studie EU Kids Online II 2010 an 23.420 repräsentativ ausgewählten Kindern im Alter von 9 bis 16 Jahren zeigt sich, dass 62% dieser Altersgruppe ein Profil in einem sozialen Netzwerk haben. Zusätzlich ist anzumerken, dass die Prozentwerte bei den 13- und 14-Jährigen bei etwa 75%, bei den 15-16-Jährigen bei etwa 85% liegen. Dabei zeigen sich kaum geschlechtsspezifische Unterschiede.

Knapp 40% der 11- bis 14-Jährigen und ca. 50% der 15- bis 19-Jährigen gehen mehrmals täglich auf ihren Account. Dabei stehen soziale Kontakte im Vordergrund. Einerseits kann man über Bilder und Video-Clips das Leben der FreundInnen visuell konsumieren, andererseits Kommentare darüber abgeben, via Chatfunktion kommunizieren und so zu Zeitpunkten an deren Leben teilhaben, die offline nicht realisierbar wären.

(Vgl. auch Online Communities Studie – Ergebnisse der quantitativen Untersuchung, Safer Internet 2010)

(3) die Kommunikation crossmedial zu vernetzen und auf ihren Unterhaltungswert zu prüfen.

Kreativität, Humor, Charme gewinnen in der digitalen Welt noch mehr an Bedeutung. Der gleiche Jugendliche, der die Werbeblöcke im TV ausblendet und nicht wahrnimmt, schaut sich auf YouTube freiwillig Spots an. Allerdings nur jene mit Unterhaltungswert.

So ist YouTube hinter Google eine der meistbesuchten Webseiten und wird 2 Billionen mal pro Tag aufgerufen. Der durchschnittliche Besucher verbringt ca. 15 Minuten pro Tag auf YouTube, in etwa 830.000 Videoclips pro Tag werden auf YouTube hochgeladen. Die durchschnittliche Länge der meisten Videoclips ist sehr kurz, wobei die meisten Nutzer Clips unter 60 Sekunden bevorzugen. In Deutschland zählt YouTube rund 38 Millionen Nutzer.

(4) zu erkennen, dass der „Konsument“ auf die Empfehlungen anderer hört.

Dies wird durch Web 2.0 sehr einfach. „Like It-Buttons“, die Möglichkeit Beiträge zu kommentieren bzw. diese Kommentare wieder zu kommentieren ermöglichen den direkten Austausch unter den „KonsumentInnen“ bzw. „NutzerInnen“. Gleichzeitig machen Social Media wie WhatsApp, Facebook es den Nutzern sehr leicht, für sie interessante Beiträge (Film- und Musikclips, Texte, Fotos, ...) mit ihren Freunden, ja sogar mit den Freunden ihrer Freunde zu teilen, es für eine Vielzahl an Personen sichtbar zu machen. So erreichte die unbekannte Vorarlberger Band HMBC (Holstunarmusigbigband) mit ihrem Song „Vo Mello bis ge Schoppennou“ innert weniger Tage hunderttausende von Clicks auf YouTube (inzwischen rund 6 Millionen Clicks), bekam Kultstatus und wurde auf beinahe allen Radiosendern in Österreich und dem deutschsprachigen Ausland über einen längeren Zeitraum mehrmals täglich gespielt. Massenkommunikation gratis.

Was kann das für die Gesundheitsförderung bedeuten?

Die zunehmende Professionalisierung und Differenzierung im Bereich der Gesundheitsförderung stellt die AnbieterInnen vor die Herausforderung, BürgerInnen und Betroffene in die Entwicklung und Umsetzung von Gesundheitsangeboten einzubinden. Wissenschaftliche Untersuchungen, aber vor allem die Praxis, zeigen auf, dass es durch Partizipationsmodelle gelingt, die Beteiligten in ihrer Selbstwirksamkeit zu stärken. Andererseits kommt es zu einer erwünschten gesellschaftlichen Stärkung unabhängiger, selbstorganisierter Initiativen (vgl. Nowak 2011).

Insbesondere bei Jugendlichen ist es wichtig, deren „Stimme“ zu hören, sichtbar zu machen. Es gilt also einerseits, die Jugendlichen in die Entwicklung und Umsetzung von Projekten einzubinden, andererseits ist es auch unabdingbar, ihnen eine Plattform, eine Bühne für ihre Meinungen, Vorstellungen, Standpunkte, Ideen, Sichtweisen usw. zu bieten. Dies möglichst im O-Ton, ungeschnitten und unzensuriert.

Wie schon in den vorigen Ausführungen aufgezeigt, gilt es die passive Mediennutzung und aktive Kommunikation intelligent miteinander vernetzen.

Gleichzeitig muss die „kollektive Intelligenz“ genutzt werden, denn jeder Jugendliche hat seine besonderen Fähigkeiten.

Die Grundphilosophie sollte von folgenden Vorstellungen getragen werden:

- Einbinden statt bevormunden
- Unterhalten statt unterbrechen
- Unterstützen statt argumentieren
- Involvieren statt überzeugen
- Zuhören statt belehren
- Verbinden statt eintrichtern

Konzeption, Umsetzung und Implementierung unterliegen folgenden Prämissen:

- Im Sinne gelebter Partizipation werden Jugendliche von Beginn an in den Prozess eingebunden - von Jugendlichen für Jugendliche.
- Alle Maßnahmen setzen an den Lebenswelten und -themen der Jugendlichen an und sind darauf ausgerichtet, Eigenverantwortung und Selbstbestimmung der Jugendlichen zu fördern.
- Wir gehen vom individuellen, subjektiven „Wohlbefinden“ aus, bauen auf den vorhandenen Ressourcen der Jugendlichen auf und stellen nicht die möglichen, zukünftigen „Defizite“ und „Probleme“ in den Mittelpunkt.
- Daher unterstützen wir auch die Abkehr vom Verzichtspostulat in der Gesundheitsförderung. Wir wollen dafür Alternativen und andere Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen, ohne bestimmend und belehrend zu sein.
- Wir setzen das Medium Film bzw. Digital Stories bevorzugt ein.
- Wir nutzen die von Jugendlichen bevorzugten Kommunikationskanäle. Daher setzen wir auch auf Social Media.
- Wir setzen auf Lernen 2.0 im Sinne der konnektivistischen Lerntheorie und sehen den Menschen nicht als isoliertes sondern als vernetztes Individuum.
- In diesem Projekt sind Erwachsene weniger als ExpertInnen gefragt, sondern ModeratorInnen, welche Prozesse anstoßen und begleiten.
- Wir berücksichtigen Gender- und Migrationsaspekte.

Mit diesen Maßnahmen und Aktivitäten bieten wir den Jugendlichen multifunktionale und größtenteils selbstgestaltete Begegnungsräume für ein unspezifisches Zusammensein. Gleichzeitig erhalten Jugendliche eine Bühne der Selbstinszenierung und Selbstverwirklichung.

Dabei stützen wir uns auf folgende Überlegungen:

- Wenn es gelingt, Jugendliche zu animieren, dass sie sich zum Beispiel mit ihrem digitalen Alltag bzw. ihrem Medienkonsum auseinandersetzen, dies reflektieren und anschließend unter Einsatz Neuer Medien in verschiedenen digitalen Formaten präsentieren, so sollte dies auch für gesundheitsrelevante Themen möglich sein.
- Mit den heute zur Verfügung stehenden Kommunikationsmitteln können die so entstandenen digitalen Produkte ohne wesentliche Probleme – auch zielgerichtet – für einen großen Adressatenkreis verfügbar gemacht werden.
- Die Inhalte dieser Produktionen werden von anderen Jugendlichen eher als authentisch erlebt und beachtet, da sie einer ihnen bekannten Lebenswelt entstammen und ihnen vertraute Lebensthemen widerspiegeln.
- Der Blick auf die Welt anderer Jugendlicher, deren Meinungen, Standpunkte und Werte hat einen hohen Aufforderungscharakter, sich nicht nur damit, sondern auch mit der eigenen Lebenswelt, den eigenen Meinungen, Standpunkten und Wertvorstellungen auseinander zu setzen. Allerdings auch nur dann, wenn sie einen gewissen Unterhaltungswert haben.
- Die Möglichkeiten von Web 2.0 basierten Anwendungen ermöglichen es zum Beispiel Produkte und Meinungsäußerungen anderer zu kommentieren und zu bewerten. Diese Kommentare und Bewertungen unterliegen wiederum dem Kommentar und der Bewertung anderer.
- Soziale Netzwerke wie Facebook wiederum bieten den zusätzlichen Vorteil, dass dieser „Meinungsaustausch“ in einem überschaubaren, bekannten Rahmen – nämlich im Kreis von ausgewählten Freunden – abläuft.
- Damit kann es in einem sich grundsätzlich selbstregulierenden Prozess gelingen, dass eigene Standpunkte zu gesundheitsrelevanten Themen zumindest hinterfragt werden, eventuell bei Bedarf sogar verändert werden.
- Langfristig können damit sogar „normative beliefs“ einer Veränderung unterworfen sein. Nicht, weil Erwachsene dafür argumentieren, sondern weil Jugendliche sich damit aus eigenem Antrieb beschäftigen.