



CONCEPTOPIA

Forschungsdesign

Datenerhebung zur Analyse von Bedürfnissen der Jugendförderung
NRWs im Rahmen der Digitalisierung

Projektleitung:

Linda Längsfeld
Weinsbergstraße 190
50825 Köln
laengsfeld@fjmk.de
Tel. 0221 677741920

Ansprechpartnerin:

Selina Sandmöller
sandmoeller@fjmk.de
Tel. 0221 677741920



Inhalt

Das Projekt	3
Zielsetzung.....	5
Paradigma: Mixed Methods mit qualitativem Fokus	6
Forschungskontext: Social Distancing.....	10
Phase 1: Expert*innenbefragung und Gruppendiskussion.....	11
Phase 2: Episodische Interviews auf Basis von Theoretical Sampling.....	16
Phase 3: Datenerhebung mit digitalen Fragebögen.....	20
Literatur.....	23

Das Projekt

Für die Jugendförderung in NRW ist die **Digitalisierung** nicht neu, dennoch überrascht sie immer wieder mit neuen Herausforderungen - auf gesellschaftlicher, institutioneller und individueller Ebene. Zahlreiche Akteur*innen der Jugendförderung NRW arbeiten tagtäglich an der Bewältigung dieser Herausforderungen. Wichtige Partner sind hierbei medienpädagogische Träger. Durch Workshops, Fortbildungen und Beratung vermitteln sie Themen, die es für Kinder, Jugendliche, Eltern und Fachkräfte angesichts diverser digitaler Entwicklungen zu verstehen gilt. Und nicht erst seit Corona zeigt sich: Die Nachfrage an solchen Formaten ist **so groß wie nie**.

Der Bedarf an Unterstützung ist gestiegen, denn die Themen der Digitalisierung sind vielfältig und schnelllebig. Ob freie und öffentliche Träger, große und kleine Jugendorganisationen oder Einrichtungen der Offenen Kinder- und Jugendarbeit – sie alle suchen nach **neuen Wegen**, um für ihre Zielgruppen eine professionelle Medienbildung zu verwirklichen. Durchgesetzt hat sich hierbei der Ansatz, **ganzheitliche Medienkonzepte** zu entwickeln. Medienkonzepte verfolgen das Ziel, Digitalisierung und Medienpädagogik nachhaltig, zukunftsfest und praxisorientiert in Einrichtungen und Institutionen zu verankern. Doch auch die Entwicklung der Medienkonzepte erfordert Wissen und Anhaltspunkte, woran sich eine erfolgreiche Implementierung überhaupt messen lässt. Was bisher fehlt, sind **medienpädagogische Ziele und digitale Standards**, an denen sich alle Träger orientieren können, ohne dabei die **individuellen Bedarfe** der unterschiedlichen Ebenen von Jugendförderung aus dem Blick zu verlieren.

CONCEPTOPIA verfolgt übergeordnet das Ziel, die digitale Transformation der Jugendförderung in NRW in die Breite wirken zu lassen, nachhaltige Prozesse anzustoßen und die dafür wichtigen Themen und Fragestellungen anschlussfähig an die Bedarfe der unterschiedlichen Ebenen der Jugendhilfestrukturen anzupassen. Dazu werden folgende Projektziele verwirklicht:

-Das Erzählen einer „**neuen Geschichte**“ der Digitalisierung in der Jugendförderung NRW durch eine flächendeckende Marketingkampagne.

- **Analyse und Evaluation** der bisherigen medienpädagogischen Ansätze und Digitalisierungsstrategien in der Jugendförderung NRW.
- **Entwicklung von Personas**, die stellvertretend für die Bedarfe unterschiedlicher Akteure im Hinblick auf ihre Digitalisierungsstrategien stehen.
- **Öffentlichkeitswirksame Begleitung von Modellgruppen** bei der Medienkonzept-Entwicklung.

- Veröffentlichung einer umfangreichen **Online-Plattform** zur Sichtbarmachung und Unterstützung von Digitalisierungsprozessen in Jugendeinrichtungen.
- Etablierung der **Fortbildung** „Multiplikator*innen für Digitalisierungsprozesse in der Kinder- und Jugendarbeit“.
- Stärkung medienpädagogischer **Netzwerke**.
- **Fachtage, Vernetzungstreffen** und **Beratungsangebote**.
- Formulierung von **medienpädagogischen Standards** für die Jugendförderung NRW.

Durch all diese Angebote will das Projekt ein **Empowerment** für die Fachkräfte und Institutionen schaffen, damit diese in Zukunft eigenständig den Herausforderungen der Digitalisierung gewachsen sind.



Foto: bongkarn thanyakij, Pexels

Zielsetzung

Die im Folgenden beschriebene Untersuchung hat zum Ziel, ein tieferes Verständnis für die individuelle Ausgangslage von Fachkräften der Jugendförderung NRWs im Rahmen der Digitalisierung zu gewinnen. Das Forschungsinteresse lässt sich in **drei Blickfelder** unterteilen:

Einerseits stehen bereits vorhandene **Strukturen und Ressourcen** der Jugendförderung im Fokus der Datenerhebung, die sie zu medienpädagogischer Arbeit befähigen. In diesen Bereich fallen z.B. medienpädagogische **Handlungsgewohnheiten** der Mitarbeitenden sowie bereits **bestehende Konzepte** oder medienpädagogische Projekte, die eine Einrichtung durchgeführt hat. Ferner werden **Kooperationen** oder die technische und räumliche **Ausstattung** betrachtet.

Im unmittelbaren Zusammenhang mit den zu analysierenden Fähigkeiten stehen die **Ziele** einer Einrichtung, d.h. die Gründe, die sie zur Erbringung der bestehenden Angebote motiviert haben.

Neben den genannten Ressourcen sind auch all jene Angebote von Interesse, die bisher nicht realisierbar waren. An dieser Stelle eröffnet sich die Frage nach den organisatorischen, personellen, inhaltlichen oder finanziellen **Schwierigkeiten bzw. Bedürfnissen** im Rahmen der Digitalisierung, die professionelle Unterstützung erfordern. All diese Aspekte sind miteinander verwoben und bedingen sich wechselseitig.

Die genannten Faktoren sollen zum Zweck einer breitenwirksamen und langfristigen Medienkonzeptarbeit systematisiert werden. Das angestrebte Resultat ist die Entwicklung von **Personas** (d.h. fiktive Zielgruppen mit charakteristischen Voraussetzungen und Bedarfen). Durch die individuellen Merkmale der Personas können Träger der Jugendförderung ihre Bedürfnisse gezielt einordnen, wodurch die Hemmschwelle zur Medienkonzeptentwicklung herabgesetzt und eigenständiges Arbeiten möglich wird. In der Folge werden nicht nur **Autonomie und Selbstwirksamkeit** der Jugendhilfe erhöht, sondern auch die **Effizienz** der NRW-weiten Medienkompetenzförderung. Die beschriebene Zielsetzung lässt sich in folgender **Forschungsfrage** zusammenfassen:

Wie lassen sich individuelle Fähigkeiten, Bedürfnisse und Ziele von Akteur*innen der Jugendförderung in NRW im Rahmen der Digitalisierung systematisieren?

Paradigma: Mixed Methods mit qualitativem Fokus

Im Blickfeld der Erhebung steht primär ein **Tiefenverständnis** für die individuellen **Bedeutungsebenen sozialer Akteur*innen**: Welche medienpädagogische Haltung herrscht in den Einrichtungen vor? Wie wird mit den Arbeitskolleg*innen Mediennutzung thematisiert? Wird die Digitalisierung als Chance, Bedrohung oder etwas ganz anderes empfunden? In Orientierung am **soziologischen Interaktionismus** (Mead 1978) wird Bedeutung von Begriffen in der Untersuchung nie als objektiv gegeben betrachtet, sondern vielmehr als das Produkt kommunikativer Aushandlung in zwischenmenschlicher Interaktion. Diese **subjektiven Sinnstrukturen** gilt es im Verlauf der Analyse (maßgeblich in Phase 2) zu verstehen. Hierbei werden die Proband*innen als **Expert*innen** ihrer eigenen Lebenswelt betrachtet.

Gleichzeitig soll jedoch die vielfältige Trägerlandschaft **in der Breite** aufgeschlüsselt werden: Wie häufig tritt bewahrpädagogisches Verhalten in den Einrichtungen auf? Besteht eine Korrelation zwischen Standort und Haltung der Mitarbeitenden? Wie hoch ist das Budget für technische Ausstattung?

Aus diesen zwei Schwerpunkten resultiert ein Forschungsdesign, das sich sowohl qualitativer als auch quantitativer Methoden bedient. Dieser **Mixed-Methods-Ansatz** (Greene et al. 1989) dient nicht dazu, Ergebnisse in ihrer Qualität zu verbessern. Vielmehr findet eine inhaltliche Expansion der Resultate statt. Gleichzeitig besteht die Möglichkeit, die verschiedenen Paradigmen als Instrument der Selbstreflexion und Weiterentwicklung zu nutzen.

Das methodische Repertoire der vorliegenden Untersuchung ist **qualitativ dominant** angesetzt (Johnson et al. 2007), d.h. dass den qualitativen Erhebungsmethoden eine höhere Bedeutung als den quantitativen Verfahren zugeschrieben wird. Natürlich ist für die Forschenden die statistische Verteilung von Eigenschaften der Träger relevant. Viel stärker als die Häufigkeiten und Korrelationen ihrer Charakteristika steht jedoch ein Tiefenverständnis für Merkmale und Systeme im Fokus (vgl. Abb. 1).

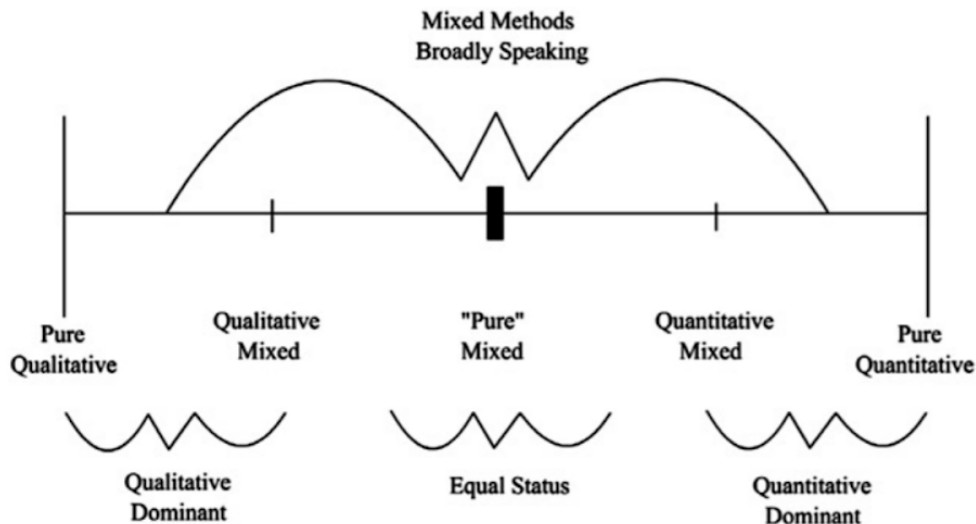


Abb. 1: Typen von Mixed Methods, Johnson et al. 2007, S. 124.

Das Verfahren orientiert sich aufgrund der geplanten **Datentriangulation**, ihrem explorativen Charakter sowie ihrem Augenmerk auf **subjektive Bedeutungsebenen** in sozialen Systemen maßgeblich an den Prinzipien der **Grounded Theory Methodologie** (Glaser, Strauß 2010, siehe Phase 1 und 2). Die Grounded Theory ist ein systematischer Zusammenschluss von Methoden der Stichprobenziehung, Datenerhebung und Auswertung, die sich an dem Menschenbild des soziologischen Interaktionismus sowie an den Prinzipien der Hermeneutik orientieren. Ihr Ziel sind **induktive Theorien**, die sich direkt aus den Daten ergeben und ausgeprägte Nähe zum empirischen Feld aufweisen.

Die Projektphasen

Die Datengewinnung beginnt mit einer qualitativen **Expert*innenbefragung** sowie **Gruppendiskussionen** mit medienpädagogischen Fachkräften im Rahmen eines **digitalen Barcamps (Phase 1)**. Die Proband*innen werden hierbei zu ihren Erfahrungen in der Medienkonzeptarbeit mit Trägern der Jugendförderung befragt. Die Auswertung erfolgt nach den Prinzipien des Kodierens orientiert an den Paradigmen der Grounded Theory (vgl. S. 12).

Anschließend findet im Sinne des **Theoretical Samplings** eine interessegeleitete Stichprobenauswahl von Proband*innen für **qualitative, teilstandardisierte Interviews statt (Phase 2)**. Im Fokus stehen hierbei die in der Forschungsfrage formulierten Erfahrungen, Bedürfnisse und Ziele von Akteur*innen der Jugendförderung in Bezug zur Medienkonzeptarbeit.

Die Analyse fokussiert eine mögliche Kategorisierung der Merkmale, sodass **Personas** gebildet werden können. Der erste Interviewturnus dient als Basis zur Auswahl weiterer Proband*innen usw., bis **theoretische Sättigung** erreicht wird (d.h. der Zeitpunkt einer Forschung, ab dem keine neuen Erkenntnisse zur Beantwortung der Forschungsfrage mehr zutage treten). Dieser Prozess begünstigt im Sinne der Grounded Theory inhaltliche Validität und Tiefe (vgl. S. 17).

Die Resultate fungieren als Grundlage zur Entwicklung eines **quantitativen Fragebogens (Phase 3)**. Er dient dem Verständnis um die **Verteilung essenzieller Merkmale** unter Trägern der Jugendförderung in NRW, die relevant für Medienkonzeptarbeit sind und sich im Laufe von Phase 1 und 2 als typendifferenzierende Variablen herausgestellt haben. Ferner werden Eigenschaften der Personas in Form von **Hypothesen** überprüft (vgl. S. 21).



Foto: fauxels, Pexels

Forschungskontext: Social Distancing

Die **Corona-Pandemie** und die mit ihr verbundenen Maßnahmen zur Eindämmung von Infektionszahlen hatten seit März 2020 gravierende Auswirkungen auf nahezu alle Bereiche des öffentlichen und privaten Lebens. Ihre zentrale Bewältigungsstrategie, das Social Distancing, stellt Träger der Jugendhilfe vor besondere Herausforderungen. Sozialarbeiter*innen und Pädagog*innen sind dazu gezwungen, ihre Angebote zur Beratung, Erziehung und Förderung sowie die Wahrung des Kinder- und Jugendschutzes aus der Ferne zu bewältigen. Das Deutsche Jugendinstitut zieht hieraus folgende Schlüsse:

*„Die Kinder- und Jugendhilfe ist dazu gezwungen, zur Realisierung ihres Auftrags **alternative Wege der Kommunikation und Interaktion** zu erschließen und zu nutzen. Daraus resultieren für Organisationen der Kinder- und Jugendhilfe zahlreiche Herausforderungen, etwa die **Neuregelung von Arbeitsprozessen, die Bereitstellung technischer Infrastruktur, die Klärung von Datenschutzfragen** oder die Beschaffung von persönlicher Schutzausrüstung.“ (Deutsches Jugendinstitut 2020, S. 9).*

Die Suche nach alternativen Wegen der Kommunikation und Interaktion mündet vielerorts in die Anwendung digitaler Medien. Mit hoher Wahrscheinlichkeit hat diese forcierte Integration digitaler Tools in Einrichtungen der Jugendhilfe Auswirkungen auf die Einstellung der Mitarbeiter*innen zur Digitalisierung. Die Konsequenzen für die Alltagspraxis von pädagogischem Fachpersonal werden daher als inhaltlich relevante Dimension in die Untersuchung aufgenommen.

Das in den folgenden Kapiteln skizzierte Forschungsvorhaben setzt die Frage nach den Erfahrungen, Bedürfnissen und Zielen von Akteur*innen der Jugendförderung sowie ihre potenzielle Musterhaftigkeit in den Fokus. Was die Datenerhebung und -analyse folglich **nicht leisten soll, ist ein Vorher-Nachher-Vergleich bzw. die Herstellung kausaler Zusammenhänge** zwischen dem Ist-Stand der Jugendhilfe und den Einschränkungen durch Social Distancing. Vielmehr ist eine ganzheitliche Betrachtung erwünscht, die den Einrichtungen eine Identität abseits der gesellschaftlichen Ausnahmesituation anerkennt. Inwiefern die (temporär) veränderten Arbeitsbedingungen Einfluss auf die Haltung, die Ausstattung und die Praxis von Einrichtungen der Jugendförderung hatten, wird sich daher an den Aussagen und Gewichtungen der befragten Fachkräfte orientieren und als Teil des Ganzen in das Profil einer Einrichtung integriert.

Die Hygienebestimmungen und Abstandsregeln erfordern nicht nur eine Anpassung der Jugendhilfe, sondern auch der Forschungspraxis: Aus ethischen Gründen finden Großversammlungen des Teams oder kooperierender Fachkräfte (vgl. Phase 1, S. 12) digital statt. Interviews mit Akteur*innen der Jugendförderung (vgl. Phase 2, S. 17) bzw. Zusammentreffen von Kleinstgruppen (bis zu drei Personen) werden ausschließlich unter Einhaltung strenger Vorsichtsmaßnahmen organisiert, d.h. die beteiligten Personen sind in der Lage, jederzeit mindestens 1,5 Meter Abstand zueinander einzuhalten, befinden sich in gut gelüfteten Räumen und tragen bei Verlassen eines zugewiesenen Sitzplatzes eine Mund-Nasen-Bedeckung. Ferner stehen den Beteiligten Desinfektionsmittel zur Verfügung.



Foto: Ivan Samkov, Pexels

Phase 1

Expert*innenbefragung und Gruppendiskussion

Um einen inhaltlichen Einstieg ins Feld zu finden, beginnt das Forschungsvorhaben in enger Zusammenarbeit mit medienpädagogischen Fachkräften, die bereits Medienkonzeptarbeit geleistet haben und denen die Jugendförderung als Zielgruppe vertraut ist. Sie werden als Expert*innen betrachtet und im Zuge der ersten Erhebungsphase unter Anwendung verschiedener methodischer Zugänge befragt.

Expert*inneninterviews

Zu Beginn der Untersuchung finden **Expert*inneninterviews** in Kooperation mit einzelnen Fachkräften und Multiplikator*innen statt. „Adressaten von Experteninterviews sind [...] **Funktionseliten** innerhalb eines organisatorischen und institutionellen Kontextes“ (Liebold, Trinczek 2009, S. 34). Zielgruppe der Befragung sind also Personen, die sich durch einen hohen Erfahrungsschatz im Bereich der Medienkonzeptarbeit sowie durch vielfältige Berührungspunkte mit dem Trägersystem NRW als umfassende Informationsquelle qualifizieren. Die Befragten treten als Ressource für Fachwissen im Interview auf und geben Einblick in ihre Sicht auf das Verhalten von Personengruppen und Handlungssystemen. Diese Rollenzuweisung grenzt das Expert*inneninterview von Befragungen ab, die auf die Rolle der Proband*in als soziale*n Akteur*in abzielen.

Die Expert*inneninterviews decken zwei inhaltliche **Schwerpunkte** ab:

Einerseits soll die **Struktur des Trägersystems** entschlüsselt werden: Wer sind die großen, mittleren und kleinen Akteure im Bereich der Jugendförderung? Wo und mit wem agieren sie? Wo schließen sie sich zusammen? Wo liegen die Unterschiede insbesondere zwischen Stadt und Land, regional und überregional, zwischen kommunalen, verbandlichen oder Landes-Einrichtungen?

Andererseits ist die Sicht der Befragten auf **Akteur*innen der Jugendhilfe** von Interesse: Wie arbeiten sie bisher zu den Themen Medienpädagogik und Digitalisierung? Wie unterscheiden sich

die Haltungen der Träger? Was fehlt noch, damit Prozesse angestoßen werden können? Wo liegen die Bedarfe?

Die Befragungen basieren auf einem **Leitfaden**, der eine strategische Abfolge von Themenblöcken und Fragen beinhaltet. Er ist ein unerlässliches Werkzeug, um den inhaltlichen Mehrwert eines Interviews zu maximieren (Kaiser 2014). Die Gesprächsbereitschaft von Expert*innen hängt maßgeblich mit dem **Kompetenzniveau der Interviewenden** zusammen. Je nach Vorwissen ändert sich die hierarchische Ebene zwischen ihnen und den Expert*innen. In der vorliegenden Erhebung werden ausschließlich Personen Interviews durchführen, die über themenspezifische Vorerfahrung verfügen. Sie werden als sog. Co-Expert*innen auftreten (ebd.).



Foto: Startup Stock Photos, Pexels

Auswertung

Als **Auswertungsmethode** dient das **Kodieren** gemäß der Grounded Theory (Glaser, Strauß 2010). Dem Ansatz liegt das **Konzept-Indikator-Modell** zugrunde: Darin wird konstatiert, dass einem Erzählfluss immer ein höheres Konzept bzw. eine Kernaussage zugrunde liegt, die implizit in den Inhalten der Erzählung hervortritt. Diese Indikatoren für eine Bedeutung auf Meta-Ebene gilt es herauszufiltern und in Zusammenhang zu bringen.

Texte werden zunächst transkribiert und im Anschluss in **kleinste Bedeutungseinheiten** (Codes) zerlegt, die für die Forschungsfrage relevant erscheinen (**offenes Kodieren**). Codes werden zu übergeordneten Sinnstrukturen, den **Kategorien**, zusammengefasst (**axiales Kodieren**). In der Phase des **selektiven Kodierens** findet schließlich eine Reduktion der Kategorien auf mögliche **Kernkategorien** bzw. Hauptaussagen statt (ebd.). Im Falle eines Expert*inneninterviews können Forschende primär einzelne Themenbereiche herausarbeiten und ihre Bedeutung im Gesamtkontext einordnen. Als Auswertungstool hat sich **MAXQDA** bewährt. Die Methode des Kodierens wird auch in Phase 2 Anwendung finden.

Die Ergebnisse werden durch die **Recherche** bereits vorhandener Studien ergänzt (bspw. Robert Sauter (2016) zur institutionellen Grundstruktur der Kinder- und Jugendhilfe (URL: <https://www.sgbviii.de/s59.html>) oder die statistische Übersicht zu Angeboten der Jugendarbeit (2017) vom Ministerium für Information und Technik (URL: <https://www.it.nrw/statistik/eckdaten/angebote-der-jugendarbeit-nach-art-des-traegers-angebotsart-und-anzahl-der>).

Barcamp

Im Anschluss an den ersten Arbeitsschritt finden **Gruppendiskussionen** mit ausgewählten Fachkräften der medienpädagogischen Beratung statt. Die Methode wird innerhalb des Projekts erstmals im Rahmen eines **digitalen Barcamps** durchgeführt. Gemeinsam mit der Akademie der Kulturellen Bildung des Bundes und des Landes NRW konnte im Rahmen eines Forschungsprojektes der Uni Erlangen/ Nürnberg das Barcamp als qualitative Erhebungsmethode bereits erprobt werden und basierend auf dieser positiven Erfahrung soll es erneut als Initiierung des geplanten partizipativen Prozesses zum Einsatz kommen. Die **Wahl des Mediums** ist vornehmlich aus ethischen Gründen getroffen worden: Aufgrund der anhaltenden **Corona-Pandemie** soll die Gesundheit der Teilnehmenden durch Social Distancing geschützt werden.

Hierdurch entsteht die Möglichkeit, die Vorteile eines digitalen Barcamps für kommende Forschungsvorhaben in der Praxis zu ergründen und zu evaluieren. Wenn technische Fragen auftreten sollten, steht das Forschungsteam den Proband*innen unterstützend zur Seite. Inwiefern Charakteristika **computervermittelter Kommunikation** die Qualität der Diskussion beeinflussen, wird Teil der Projektreflexion sein.

Bei der **Auswahl der Teilnehmenden** für das Barcamp ist eine Vielfalt an Arbeitsschwerpunkten und -kontexten die Maxime der Zusammenstellung. Sie gewährt inhaltliche Breite und begünstigt theoretische Sättigung. Die an dieser Stelle relevanten Merkmale werden sich zum Großteil aus den vorangegangenen Expert*inneninterviews sowie den Recherchen ergeben.

Die Teilnehmenden werden im Rahmen des Barcamps zu einer **Diskussion** über die Themen **Medienkonzeptarbeit** sowie die **Charakteristiken** ihrer verschiedenen Zielgruppen angeregt. Sie findet in Kleingruppen zu den Schwerpunkten Fähigkeiten, Bedarfe und Ziele der Jugendförderung statt.

Die Diskussion in den Kleingruppen soll **selbstgesteuert** ablaufen. Die Forschenden leiten sie lediglich ein und handeln im Anschluss als stille Beobachtende. „Um die Diskussion anzuregen, wird ein **Erzählstimulus** verwendet. Dies kann ein Plakat, ein Text oder lediglich eine thematische Rahmung sein, die derart dargeboten wird, dass sie die Interaktion zwischen den Teilnehmenden anzuregen vermag. Der Erfolg einer Gruppendiskussion hängt entscheidend davon ab, inwiefern es gelingt, den Gruppeninteraktionsprozess der Diskussion erfolgreich zu evozieren.“ (Misoch 2019, S. 154). Neigt sich die selbstgesteuerte Phase dem Ende, können die Forschenden **exmanente Fragen** zu Themenbereichen stellen, die bisher nicht angeschnitten wurden. Die Diskussion wird zur späteren Analyse aufgezeichnet.

Zur Auswertung wird abermals die **Methode des Kodierens** herangezogen, wobei je nach Ablauf der Diskussionen nun nicht mehr ausschließlich **Fachwissen**, sondern auch **subjektive Sinnstrukturen** und Standpunkte Teil der Analyse sein können, die einander kontrastieren oder bestätigen. Auf diese Weise ist es möglich, erste **Persona-Entwürfe** herauszuarbeiten. Eine Persona repräsentiert die differenzierenden Fähigkeiten, Bedürfnisse und Ziele einer Gruppe von Akteur*innen der Jugendförderung und soll in Zukunft die breitenwirksame sowie effiziente Umsetzung von Medienkonzeptarbeit ermöglichen.

Zusammenfassend streben die Forschenden bis zum Ende von Phase 1 an, sowohl einen Überblick über das Trägersystem NRW zu gewinnen als auch erste Anhaltspunkte für die Bildung von Personas zu identifizieren.



Foto: fauxels, Pexels

Phase 2

Episodische Interviews auf Basis von Theoretical Sampling

Nachdem in Phase 1 ein erster Überblick zu den Eigenschaften der Trägerlandschaft und ihren treibenden Kräften erarbeitet wurde, soll Phase 2 weiter in die Tiefe vordringen und die **subjektiven Bedeutungsebenen ihrer Akteur*innen** aufschlüsseln. Im Mittelpunkt dieser Phase stehen die **individuellen Merkmale von Einrichtungen der Jugendförderung**, die Einfluss auf ihren Umgang und ihre Haltung zur Digitalisierung nehmen.

Zur Datenerhebung werden **qualitative Interviews** mit einzelnen Proband*innen der Jugendförderung durchgeführt. Diese Methode wurde gewählt, da sie in hohem Maße dazu geeignet ist, ein Tiefenverständnis für die Sichtweisen und Handlungsgewohnheiten der Zielgruppe zu gewinnen. Eine ethnografische Studie, die ebenfalls für die genannten Zwecke in Frage kommt, wurde aus ökonomischen Gründen sowie im Zuge der Konsequenzen der Coronapandemie ausgeschlossen.

Das Ziel der Interviews ist die Kategorisierung von Erfahrungsberichten der befragten Personen, sodass **Personas** gebildet werden können.

Stichprobe

Stichprobenrelevant sind alle Personen ab 18 Jahren, die als Pädagog*in oder Sozialarbeiter*in in einer Einrichtung oder Initiative der Jugendförderung in NRW tätig sind.

Im Sinne der Grounded Theory findet die **Stichprobenauswahl** nicht zufallsgeleitet, sondern ganz bewusst auf Basis von Forschungsergebnissen statt. Grundlage dieses **Theoretical Samplings** bilden zu Beginn von Phase 2 die Erkenntnisse aus den Expert*inneninterviews und Gruppendiskussionen. Im späteren Verlauf wird es sich jedoch an den Ergebnissen der bereits durchgeführten Befragungen orientieren. Hierbei kann nach dem Prinzip der **minimalen und maximalen Kontraste** gearbeitet werden: Die Eigenschaften neuer Interviewpartner*innen sollten

sich möglichst wenig oder besonders stark von denen ihrer Vorgänger*innen unterscheiden. Hierdurch können die bereits gewonnen Hinweise auf Personas bestätigt bzw. erweitert werden. Die Erhebung ist **iterativ**, d.h. zirkulär aufgebaut: Bereits analysiertes Material kann ein zweites Mal betrachtet werden. Durch den Auswertungsprozess kann sich die Lesart der Forschenden geändert haben und somit eine wiederholte Analyse neue Erkenntnisse mit sich bringen. Dieses Regelwerk zur Stichprobenwahl evoziert eine Annäherung an **theoretische Sättigung**.

Interviewdesign

Um nicht nur Erfahrungen, sondern auch Faktenwissen der Proband*innen zu erheben, ist die Wahl der Befragungsform auf das **episodische Interview** gefallen. Hierbei handelt es sich um eine Methode, die das biografisch-narrative Interview und das Prinzip der offenen Befragung miteinander kombiniert. Hintergrund ist die Annahme, dass sich das Wissen der Befragten in zwei Formen abspeichert: **Episodisches Wissen** ist mit autobiografischen Erlebnissen verknüpft und kann sowohl zeitlich als auch emotional eingeordnet werden. Unter **semantischem Wissen** wird wiederum begriffliches, inhaltliches Faktenwissen verstanden, das am einfachsten mit Frage-Antwort-Schemata erhoben werden kann.

Diese Sichtweise auf Kognition mündet in der Konstruktion eines **Interview-Leitfadens**, der dazu in der Lage ist, beide Wissensformen zu erheben. “Der Leitfaden selbst besteht [also] nicht nur aus Stichworten zu den inhaltlichen Themenfeldern, die im Interview angesprochen werden sollen, sondern aus konkret vorformulierten **Erzählaufforderungen** (zur Erhebung des episodischen Wissens) und **konkreten Fragen** (zur Erhebung des semantischen Wissens).” (Misoch 2019, S. 60). Beide Wissensformen sind miteinander **verwoben** (vgl. Abb.2). Die Interviews werden aufgezeichnet, transkribiert und unter Anwendung der Methode des Kodierens **aufgeschlüsselt**.

Beispiel Frage-Antwort-Item (semantisch): Was bedeutet für Sie Digitalisierung?

Beispiel Erzählaufforderung (biografisch): Wodurch wurde Ihre Haltung zur Digitalisierung der Jugendarbeit besonders beeinflusst? Erzählen Sie mir bitte von einem Beispiel, an dem dies deutlich wird.

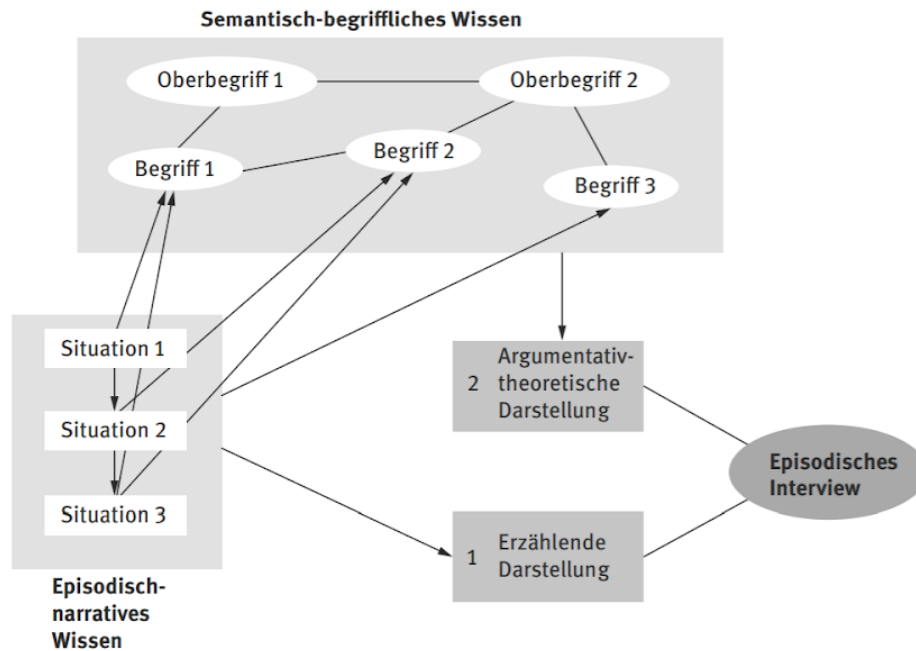


Abb. 2: Zusammenhang zwischen episodischem (erlebtem) und semantischem Wissen. Flick 2011, S. 274.

Gütekriterien

Folgende **Gütekriterien qualitativer Forschung** (Mayring 2002) werden bei der Untersuchung Berücksichtigung finden:

1. Verfahrensdokumentation: Um Entscheidungswege und Ergebnisse nachvollziehbar zu gestalten, wird das Verfahren laufend dokumentiert.

2. Argumentative Interpretationsabsicherung: Eine Analyse in der qualitativen Forschung ist selten unanfechtbar. Daher bedarf es einer schlüssigen Argumentation, die in den Daten begründet ist.

3. Kommunikative Validierung: Die Forschenden stehen in ständigem Austausch miteinander und geben Feedback. Durch die multiplen Sichtweisen wird die Validität der Ergebnisse erhöht.

4. Regelgeleitetheit: Untersuchungsschritte werden systematisiert, um nachvollziehbar zu sein und gleiches Vorgehen unter den Forschenden zu sichern.

5. Triangulation: Die Verwendung unterschiedlicher Formen von Datenmaterial erhöht die Wahrscheinlichkeit theoretischer Sättigung.

6. Nähe zum Gegenstand: Die Befragung orientiert sich an der Lebenswelt der Teilnehmenden. Die Befragten werden als Expert*innen ihrer individuellen Bedeutungsstrukturen angesehen.

Bis zum Ende von Phase 2 streben die Forschenden theoretische Sättigung sowie die Bildung von Personas an. Sie fassen charakteristische Merkmale verschiedener Akteur*innen der Jugendförderung zusammen.



Foto: fauxels, Pexels

Phase 3

Datenerhebung mit digitalen Fragebögen

Nachdem in Phase 2 Personas auf Basis von Einzelfallanalysen gebildet wurden, können die gewonnenen Ergebnisse nun auf die **Grundgesamtheit** der Träger projiziert werden. Hierzu findet die Übersetzung der systematisierten Merkmale in **Hypothesen** und ihre Überprüfung in Form eines **Fragebogens** statt. An dieser Stelle zeigt sich der Vorteil des Mixed-Methods-Paradigmas: Hypothesengenerierung und Hypothesenüberprüfung ergänzen einander **symbiotisch**. Form und Anzahl der Hypothesen werden durch die Ergebnisse aus Phase 2 bestimmt. Ferner ist die **Operationalisierung** der genannten Merkmale in messbare Variablen notwendig.

Fiktives Beispiel für eine Hypothese: Auf Basis der Interviews konnten die Forschenden feststellen, dass Persona X häufig Handyverbote verhängt und personell unterbesetzt ist. Ferner wird folgende **Zusammenhangshypothese** überprüft: Es besteht eine hohe Signifikanz der Korrelation zwischen den Ausprägungen der Variablen Handyverbot und personeller Unterbesetzung. “Handyverbot” ist die abhängige Variable. Bei “personeller Unterbesetzung”, der unabhängigen Variablen, handelt es sich um ein **Konstrukt**, das noch operationalisiert, d.h. in messbare Variablen übersetzt werden muss (wie bspw. eine Kombination aus Zeitmangel und Frustration bei der Arbeit).

Gütekriterien

Folgende **Gütekriterien** (Hollenberg 2016) werden bei der Konstruktion des Fragebogens zur Qualitätssicherung berücksichtigt:

Die **Validität** (der Grad an Genauigkeit, mit dem ein Merkmal gemessen wird) resümiert aus einer präzisen Operationalisierung der Konstruktvariablen sowie durch die Arbeit im Team (**kommunikative Validierung**). Die inhaltliche Basis bilden die Erkenntnisse aus Phase 1 und 2.

Reliabilität (die Verlässlichkeit der Ergebnisse bei Messwiederholung) wird dadurch gesichert sein, dass der Fragebogen standardisiert ist und somit für alle Proband*innen gleich abläuft. Geschlossene Fragenformate (siehe *Fragebogendesign*) begünstigen die Reliabilität.

Die **Objektivität** der Umfrage (die Unabhängigkeit von unterschiedlichen Forschenden, die die Befragung durchführen) wird durch die Natur eines digitalen Fragebogens automatisch erzeugt. E-Mail-Verkehr wird weitestgehend standardisiert ablaufen.

Die **Motivation** der Proband*innen zur Teilnahme wird dadurch evoziert, dass ihnen die Möglichkeit eröffnet wird, im späteren Verlauf des Projektes zu partizipieren und Strukturen ihrer Arbeitswelt mitzugestalten. Des Weiteren wird ihnen zugesichert, über die Ergebnisse der Umfrage informiert zu werden. Die Teilnahme ist anonym und findet unter Einhaltung des Datenschutzgesetzes statt. Proband*innen müssen der Verwendung ihrer Daten zu den genannten Zwecken im Vorhinein ausdrücklich zustimmen. All diese Informationen werden in einem Begleitschreiben vermittelt.

Darüber hinaus soll die Teilnahme **für die Zielgruppe zumutbar** sein. Der zeitliche Aufwand muss im Verhältnis zu den erhobenen Daten so gering wie möglich gehalten werden (**Effizienz**). Die Proband*innen können die Beantwortung des Fragebogens jederzeit und ohne Konsequenzen abbrechen.

Um die **Verständlichkeit** der Fragen zu garantieren, wird Fachterminologie in einfachen Worten wiedergegeben. Formulierungen werden auf ihre Eindeutigkeit hin überprüft, hierzu findet eine Spezifikation übergeordneter Begriffe statt. Der Fragebogen soll unbeteiligten Fachkräften zur **Prüfung** vorgelegt werden, um etwaige Unverständlichkeiten zu identifizieren.

Stichprobe

Stichprobenrelevant sind alle Personen, die es **bereits in Phase 2** waren (vgl. S. 13).

Die Einheiten der Grundgesamtheit bzw. die relevanten Träger sind nicht gänzlich bekannt, weshalb keine Vollerhebung möglich ist. Aus diesem Grund soll eine **Klumpenstichprobe** durchgeführt werden, die sich aus dem umfangreichen Netzwerk der Fachstelle für Jugendmedienkultur speist.

Auf oberer Ebene befinden sich die einzelnen Träger (Klumpen), die zufällig ausgewählt werden. Im nächsten Schritt füllt je eine Person der zugehörigen Einrichtungen (untere Ebene) den Fragebogen aus. Um die Überrepräsentation einzelner Einrichtungen mit vielen Mitarbeitenden zu vermeiden, ist **pro Einrichtung nur eine Proband*in** erlaubt. All diese Vorkehrungen dienen dazu, die **Repräsentativität** der Stichprobe zu erhöhen.

Fragendesign

Die Wahl des **Skalenniveaus** wird für jede Frage individuell getroffen und orientiert sich daran, auf welche Aussagen ihre Beantwortung abzielt, bspw. Häufigkeiten, Distanzen oder Mittelwerte (ebd. S. 20).

Die Darbietung des Fragebogens erfolgt **digital**. Die Fragen gestalten sich größtenteils **halboffen**, d.h. geschlossene Antwortmöglichkeiten werden mit einer offenen Option (“Sonstiges:___”) ergänzt, sofern keine der vorgegebenen Optionen für die Befragten zutreffend ist. Die inhaltliche Einschränkung durch geschlossene Antwortmöglichkeiten soll auf diese Weise abgeschwächt werden. Offene Fragenformate bieten zwar eine höhere Wahrscheinlichkeit, inhaltlich präzise die Antwort der Teilnehmenden abzubilden, erfordern jedoch die Bereitschaft zum intensiven Mitdenken sowie zur Verbalisierung. Halboffene Formate stellen daher einen Kompromiss aus beiden Polen dar.

Aufbau

Die **erste Frage** ist für den Verlauf der weiteren Beantwortung von hoher Wichtigkeit. “Sie sollte für die befragte Person leicht zu beantworten sein, sich erkennbar auf das Thema der Gesamtbefragung beziehen und für alle potenziell befragten Personen bedeutsam sein. Fallen der befragten Person gleich zu Anfang die „richtigen“ Fragen auf und empfindet sie es als angenehm oder anregend, diese zu beantworten, erhöht dies die Antwortquote und -qualität erheblich.” (ebd. S. 21). Es wird empfohlen, die Fragen inhaltlich **vom Allgemeinen zum** Abstrakten hin zu sortieren. Die Items werden in **Themenblocks** unterteilt, die mittels Überschriften und Einleitungen fließend ineinander übergehen. **Biografische** Daten werden zum Ende des Fragebogens erhoben, da sie keinen attraktiven Einstieg darstellen. Ebenso empfiehlt es sich, “heikle” Fragen zum Ende hin zu stellen. Zum Schluss können die Teilnehmenden ein offenes **Feedback** hinterlassen.

Am Ende von Phase 3 soll eine statistische Übersicht zu Merkmalen der Trägerlandschaft entwickelt sowie Kernaussagen über die Personas in der Grundgesamtheit überprüft worden sein.

Literatur

Flick, U. (2011): Das Episodische Interview. In: Oelerich G., Otto, H.U. (Hrsg.): Empirische Forschung und Soziale Arbeit, S. 273–280. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Glaser, B., Strauß, A. (2010): Grounded Theory: Strategien qualitativer Sozialforschung. Göttingen: Huber.

Greene, J. C., Caracelli, V. J., Graham, W. F. (1989): Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs. In: *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 11 (3), S. 255–274.

Hollenberg, S. (2016): Fragebögen. Fundierte Konstruktion, sachgerechte Anwendung und aussagekräftige Auswertung. Wiesbaden: Springer VS.

Kaiser, R. (2014): Qualitative Experteninterviews. Springer: Wiesbaden.

Landesbetrieb IT (2017): Angebote der Jugendarbeit 2017 nach Art des Trägers, Angebotsart und Anzahl der Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Ministerium für Information und Technik NRW.

URL: <https://www.it.nrw/statistik/eckdaten/angebote-der-jugendarbeit-nach-art-des-traegers-angebotsart-und-anzahl-der> (Datum des Downloads: 01.08.2020)

Liebold, R., Trinczek, R. (2009): Experteninterview. In: S. Kühl et al. (Hrsg.): Handbuch Methoden der Organisationsforschung, S. 32–56. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Mairhofer, A., Peucker, C., Pluto, L., van Santen, E., Seckinger, M., Gendlgruber, M. (2020): Kinder- und Jugendhilfe in Zeiten der Corona-Pandemie. München: Deutsches Jugendinstitut.

URL: https://www.jugendhilfeportal.de/fileadmin/user_upload/fkp_quelle/pdf/DJI-Jugendhilfebarometer_Corona.pdf (Datum des Downloads: 20.09.2020)

Mayring, P. (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken (5. Auflage). Weinheim: Beltz Studium.

Mead, G.H. (1978): Geist, Identität und Gesellschaft. Frankfurt am Main.

Misoch, S. (2019): Qualitative Interviews (2. Auflage). Oldenburg: DeGruiter.

Sauter, R. (2016): Die institutionelle Grundstruktur der Kinder- und Jugendhilfe. In: Textor, M. R., Becker-Textor, I., Büttner, P., Rücker, S. (Hrsg): SGB VIII Online-Handbuch.

URL: <https://www.sgbviii.de/s59.html> (Datum des Downloads: 10.08.2020)