

Forebyggende ungdomsarbeid gjennom sosiale medier

Av: Gregory Gurvich, fagleder Utekontakten i Oppegård kommune og Carina Hesjedal Skjellum, veileder i et rusforebyggende prosjekt ved Utekontakten i Oppegård kommune (2018)

Nøkkelord: Sosiale medier, ungdom, forebygging, utekontakt, oppsøkende

Sosiale medier gir oss unike muligheter til relasjonsbygging, og spørsmålet er hvordan en oppsøkende tjeneste kan benytte seg av disse. I Utekontakten Oppegård vier vi dette mye oppmerksomhet. En av våre grunnpilarer er som følger: «vær en person fremfor en funksjon», og den utgjør kjernen i vår tilnærming også på det digitale feltet.

Hvis vi tenker at forebygging innebærer påvirkning, så gjelder det å være tilstede på arenaer der påvirkning er mulig - og når vi først er der, så fremstår relasjoner som en viktig forutsetning for at påvirkning skal finne sted.

Kulturskifte

Det kan se ut som om det har skjedd et grunnleggende kulturskifte når det gjelder kommunikasjon og utvikling av relasjoner. I 2007 bekymret vi oss for om vi kjente hverandre godt nok til å være venner på facebook. I dag er det motsatt - for den yngre garde så er det på sosiale medier at mange bekjentskaper starter.

Vår erfaring er at relasjonsbygging på nett kan føre til akkurat samme resultat som relasjon ansikt til ansikt: en bærende relasjon, vennskap eller mer. Tidligere var det en forventning om at man måtte møtes for å få dette til, men det er ikke lenger nødvendig. Dette grunnleggende kulturskiftet startet hos de unge, og sprer seg oppover i aldersgruppene.

Hva skal vi med dette?

For oss som tjeneste har det vært helt essensielt å bestemme hva vi ønsket å bruke sosiale medier til. Vi har konkludert med at vi skal ha fokus på relasjoner, samt drive med informasjonsformidling og holdningsskapende arbeid, der målet er forebygging av rusmisbruk og sosiale vansker. Arbeid med styrking av ungdommene slik at de blir bedre rustet til å ta gode valg, er en sentral del av vår aktivitet, men vi jobber ikke med dette på nett akkurat nå.

Facebook var det første mediet vi begynte å bruke aktivt. Grunnen er at dette var en kanal som gjorde det enkelt å formidle informasjon, få et innblikk, og nå både foreldre og ungdommer. «Facebook er for gamle folk» sier de unge - ja, men vår erfaring er at selv om de ikke poster så mye, så får de med seg det vi legger ut, og er aktive på messenger. Selv om vi tviler på at dagens 15-åringer blir storbrukere av facebook innen fem år, om plattformen ser ut som i dag, så fungerer den utmerket enn så lenge. Et annet moment er at facebook er utformet på en måte som lar oss presentere oss selv, og gjør det mulig for ungdommene å danne et bilde av hvordan vi er, ved å se på profilen vår kun en gang - og det ser ut til å være helt essensielt for relasjonsbyggingen.

Privat eller offentlig konto?

Et av de store spørsmålene er kanskje om man skal bruke sin private profil, eller opprette en jobbprofil. Det sistnevnte kan være en selvfølge for mange. Det er naturlig at man ikke ønsker å dele sitt privatliv med alle. Samtidig så går det an å justere privacy-innstillingene for hver post, lett.

Den ene av oss undertegnede var en ressurs i lokalmiljøet med mange ungdommer på vennelisten før hun begynte i jobben som oppsøker i samme kommune. Løsningen ble å tenke på seg selv som en offentlig person, og håndtere postene deretter. Den andre undertegnede - faglederen, opprettet en ny facebookprofil ved oppstarten i denne jobben. Når tiden kom for å satse på sosiale

medier og dermed ta i bruk profilen, bestemte faglederen å bruke den som sin eneste profil, og gjøre den offentlig. Vennelisten ble fylt med både samarbeidspartnere, bekjente og ungdommer fra kommunen, unge mennesker fra den gamle jobben, og flere fra vennelisten på den gamle profilen, som var lite brukt de siste årene.

Vi ser på forskjeller som en viktig ingrediens i oppskriften på suksess, og legger til rette for at hver enkelt teammedlem skal få bruke sin spesialitet. Dette gjelder også på sosiale medier. For noen på teamet har det vært naturlig å satse på snapchat - og det er helt greit at vedkommende bruker den kanalen, fremfor Instagram eller facebook. Vi kan ikke være overalt til all tid. Når kontinuitet er essensielt, så blir tilstedeværelse på digitale arenaer en viktig forpliktelse på lik linje med alle de andre i vår arbeidshverdag. Dermed blir det naturlig å velge den kanalen man er mest komfortabel med.

Respekt for konteksten

Grunntanken er at vi skal unngå lange samtaler om alvorlige temaer på sosiale medier - det viktigste for oss er å bruke disse kanalene til kontakt og økt tilgjengelighet.

Vi ønsker å følge konteksten som de forskjellige plattformene har, og forsøker å anpasse innholdet deretter. Vi ser at Utekontakten Oppegård sin side på facebook følges kun av godt voksne mennesker. Det vi legger ut der er dermed informasjon om arbeidet vårt, artikler, og ikke minst våre refleksjoner om ulike temaer. Formidlingsstilen er «voksen». Hvis vi skal følge filosofien vår om å være en person fremfor en funksjon, så gjelder det å unngå et institusjonelt preg, og bruke siden på en måte som gjør det tydelig at det er mennesker som skaper virksomheten, ikke motsatt.

De av oss på teamet som bruker snapchat, oppfordrer ungdommene vi møter i felten om å legge dem til. Kommunikasjonen utad på denne kanalen viser også de mer uformelle momentene ved jobben vår. Seriøse budskap har absolutt sin plass her også - rett og slett fordi vi vet at ungdommene ser det. Men for oss er det viktig med en balanse mellom de tunge temaene, og de mer lettsindige, som viser oss både som et levende team og som personer.

Vi har så vidt begynt å utforske bruken av instagram. Der viser vi både litt av de personlige sidene våre, og forteller litt om det vi gjør, men - i tråd med konteksten på instagram - på en litt mer polert og filtrert måte sammenlignet med snap. Den største utfordringen på det nåværende stadiet er faktisk å få dette inn som en rutine i arbeidshverdagen.

Ingen snoking, kun informasjon og relasjon

Vi har en regel om å ikke gå inn på «story» som ungdommene legger ut - og vi forteller dem at vi ikke kommer til å gjøre det. På dette feltet må vi kunne leve med en viss grad av usikkerhet. Vi vet ikke hvem alle vi ser i disse kanalene er, og vil kanskje ikke klare å finne ut av det heller.

For at vår strategi om å bruke sosiale medier til relasjonsbygging og informasjonsformidling skal fungere effektivt over tid, og skape synergier med andre typer arbeid som vi utfører, så må vi klare å holde på ungdommene vi er i kontakt med på nett, og samtidig unngå å bruke altfor mye tid på det.

Dermed jobber vi med utgangspunkt i følgende: det er greit å ikke vite om absolutt alt som foregår. For vår del er det to hovedårsaker til dette. Den ene er at sosiale medier er et vindu, og det kan bli mange observasjoner. Det er en reell risiko for at vi ikke får gjort noe med alt vi ser. Dette kan bli i overkant frustrerende, og det ønsker vi å unngå. Den andre er at om vi skulle forsøke å gjøre noe med hver eneste observasjon vi mente var bekymringsverdig, så ville det ha gått ut over ressursene våre i mer prekjære saker - samt gjøre oss uglesett i ungdomsmiljøet.

Det viktigste for oss er å ikke snoke, for så å bruke infoen «mot» ungdommene. Vi har landet på at vi ikke trenger å ta tak i hver eneste ungdom som snuser på alkohol. Men observasjonene kan for eksempel føre til at vi konkluderer med at «det er mye fester nå, i det området, på det trinnet, eller i det miljøet - hvordan tar vi tak i dette? Mer felting, foreldremøter, kontakte kjernebarnevernet,

skolen, politiet, lokalavisen?» Nøkkelen er å handle og være proaktive, og unngå å kun sitte på informasjonen og vente. Et bedre overblikk over det som skjer i ungdomsmiljøet vil gjøre det lettere for oss å tilrettelegge og utvikle våre tiltak, og virksomhet i felten.

Lavterskel

Vi opplever at sosiale medier gjør det mulig for oss å være tilgjengelig for ungdommene på en måte som er både praktisk og naturlig sett med deres øyne, noe som kanskje gir begrepet «lavterskel» en ny dimensjon. Vi anser det som nødvendig å legge til rette for at de unge kan ta kontakt med oss på sine premisser. Ofte melder ungdommene sine bekymringer til oss på Snapchat. Vi ser at det er der de føler seg «hjemme», på samme måte som voksne føler det er naturlig å bruke e-post.

Vi ønsker å bruke kanalene for å vise ungdommene hva vi tenker om ulike temaer, hva vi gjør, og vi spør hvordan det går med dem. Ungdommene kan oppleve at det er mer lavterskel å ta kontakt med oss der, fremfor å snakke med oss ansikt til ansikt, eller gjennom skjemaer og telefoner. Når en av utekontaktene får en melding på snapchat med bilder som viser rusbruk, eller en melding på messenger om selvskading i vennegjengen, er det like sannsynlig at avsenderne hadde sendt bildene på mail, eller bedt om et møte for å snakke om dette, samme kveld som situasjonen oppsto, om vi ikke hadde vært tilgjengelig i disse kanalene?

Vår erfaring viser at selv om vi tilbringer mye tid i ungdomsmiljøet, så blir vi oppfattet som mer tilgjengelige, og gamle kjenninger, fordi vi er tilstede på digitale arenaer som er aktuelle for de unge. Vår mening er at hvis vi hadde latt være å bruke disse, eller fremstilt oss kun som en instans, så hadde vi skapt en større avstand mellom oss og ungdommene. Det er på sosiale medier at ungdom blir kjent og får et innblikk i hverandres verden. Hvorfor skal ikke vi som forebyggere legge til rette for at de blir kjent med oss, når vi først har denne muligheten?

Å fange oppmerksomhet

Hvis vi tenker at forebygging forutsetter påvirkning, så bør vi ta utgangspunkt i at påvirkning forutsetter at vi klarer å fange målgruppens oppmerksomhet. Den oppmerksomheten kan vi fange gjennom bruk av sosiale medier på en effektiv måte. Forebygging forutsetter også at vi klarer å fange opp informasjon. Disse mediene er sentrale formidlingskanaler for hva som skjer i ungdomsmiljøene, og i ungdomskulturene som helhet.

Sosiale medier er akkurat som alle andre arenaer - her kan vi feile, men vi kan også gjøre oss selv til en større ressurs. Arenaen er der. Brukere er der - og de er mer tilgjengelige for samspill og påfyll, enn noensinne.