

Nr. 68 · 10 / 2026

INFO .*ANIMATION.*

DOJ . AFAJ . ASAG

**Offene Kinder- und
Jugendarbeit und
Social Media**

**Animation
socioculturelle
enfance et jeunesse
et médias sociaux**

**Animazione
socioculturale
infanzia e gioventù
e social media**

• .D.O.J. Dachverband Offene Kinder-
und Jugendarbeit Schweiz
• .A.F.A.J. Association faitière suisse
pour l'animation socioculturelle
enfance et jeunesse
• .A.S.A.G. Associazione mantello svizzera
animazione socioculturale
infanzia e gioventù



Inhalt

4-5	Plattformen regulieren, junge Nutzer*innen begleiten <i>Laurent Sedano</i>
10	Kurzfassung Gegen Cybermobbing: Medienkompetenzen fördern <i>Antoine Bays</i>
12-13	Aufsuchende Jugendarbeit im digitalen Raum <i>Isabella Ferrara und Renato Hüppi</i>
16	Wenn uns unsere Augen täuschen <i>Marco Esposito</i>
20-21	«Mit Freude an die Produktion von Inhalten herangehen» <i>Interview mit Marco Hafner</i>
23-27	DOJ intern

Liebe Leser*innen

Länder wie Australien oder Spanien haben die Nutzung von Social Media für unter 16-Jährige verboten. Auch in der Schweiz und auf Ebene EU laufen aktuell Diskussionen dazu. Fachpersonen der Offenen Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) warnen jedoch, dass ein solcher Entscheid die Probleme nur verlagern würde. Ausserdem gingen die positiven Aspekte der Nutzung von Social Media für Kinder und Jugendliche verloren, beispielsweise die Austauschräume für ausgegrenzte junge Menschen.

Die Beiträge in dieser Ausgabe beleuchten, warum wir als Gesellschaft die Plattformen regulieren und nicht die Kinder und Jugendlichen einschränken sollten und wie die OKJA im Sinne der Gesundheitsförderung und der Prävention junge Menschen bei der Nutzung von Social Media begleiten und ihre Medienkompetenzen – darunter auch den kritischen Umgang mit KI-generierten Inhalten – fördern kann. Das Heft stellt weiter das Pilotprojekt «Online Aufsuchende Jugendarbeit» vor und bietet in einem Interview konkrete Tipps für das Produzieren von Inhalten für die Social-Media-Kanäle im Rahmen der OKJA.

Gute Lektüre!

Marcus Casutt
Geschäftsleiter DOJ

Weiterbildung – Prävention von Grenzverletzungen in der OKJA

Wie können Fachpersonen der OKJA Grenzverletzungen vorbeugen, Risiken erkennen und in herausfordernden Situationen professionell handeln? Die Weiterbildung von Limita und dem DOJ vermittelt praxisnahes **Wissen zu Prävention, Risikomanagement sowie Melde- und Krisenmanagement** und stärkt Fachpersonen in ihrer Verantwortung für Schutz und Prävention.

Fünf **auch einzeln buchbare halbtägige Module**, entweder je in Bern oder in Zürich, zwischen **Januar und November 2027**.

Teilnehmende des Projekts «Prävention von Grenzverletzungen in der OKJA» haben Vorrang. Weitere interessierte Personen können sich anmelden und teilnehmen, sofern nach Anmeldeschluss noch Plätze frei sind.

doj.ch/veranstaltungen



Illustration: DOJ, HELLA STUDIO



Cher·ère·s lecteur·trice·s,

Des pays comme l'Australie ou l'Espagne ont interdit l'utilisation des médias sociaux aux moins de 16 ans. Des discussions à ce sujet sont également en cours en Suisse et au niveau de l'UE. Les professionnel·le·s de l'animation socioculturelle (ASC) enfance et jeunesse avertissent qu'une telle décision ne ferait que déplacer les problèmes. En outre, les aspects positifs pour les enfants et les jeunes de l'utilisation des médias sociaux, tels que les espaces d'échange pour les jeunes en situation d'exclusion, disparaîtraient.

Ce numéro d'InfoAnimation met en lumière pourquoi, nous devrions réglementer les plateformes plutôt que restreindre l'accès des enfants et des jeunes et comment l'ASC enfance et jeunesse peut accompagner les jeunes générations dans l'utilisation des médias sociaux et promouvoir leurs compétences médiatiques, y compris l'esprit critique face aux contenus générés par l'IA. La revue présente en outre un projet pilote dédié à l'ASC jeunesse en ligne et une interview avec des conseils concrets pour la production de contenus pour les médias sociaux dans le cadre de l'ASC enfance et jeunesse.

Bonne lecture !

Marcus Casutt
directeur de l'AFAJ

Cara lettrice, caro lettore,

Paesi come l'Australia e la Spagna hanno vietato l'uso dei social media alle e ai minori di 16 anni. Anche in Svizzera e nell'Unione europea se ne discute. Le professioniste e i professionisti dell'animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù fanno tuttavia notare che una simile decisione non farebbe che spostare il problema. Verrebbero inoltre meno gli aspetti positivi dell'uso dei social media, come gli spazi di scambio per le giovani persone che vivono situazioni di emarginazione.

I contributi di questo numero spiegano perché dovremmo regolamentare le piattaforme anziché limitare bambine, bambini e giovani. Mostrano inoltre come le professioniste e i professionisti possano accompagnarli nell'uso dei social media e rafforzarne le competenze mediali, compresa la capacità di valutare criticamente i contenuti generati dall'IA. Il numero presenta inoltre il progetto pilota «Online Aufsuchende Jugendarbeit» e propone consigli concreti per realizzare contenuti destinati ai social media nell'ambito dell'animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù.

Buona lettura!

Marcus Casutt
amministratore delegato ASAG

Contenu

6	Résumé Réguler les plateformes, accompagner les jeunes <i>Laurent Sedano</i>
8-9	Contre le cyberharcèlement, développer les compétences <i>Antoine Bays</i>
14	Résumé Animation socioculturelle jeunesse en ligne <i>Isabella Ferrara et Renato Hüppi</i>
17	Quand nos yeux nous trompent <i>Marco Esposito</i>
19	Résumé « Aborder la production de contenus avec plaisir » <i>Interview de Marco Hafner</i>
23-27	AFAJ interne

Contenuti

7	Sintesi Regolamentare le piattaforme, accompagnare le e i giovani <i>Laurent Sedano</i>
11	Sintesi Più competenze digitali contro il cyberbullismo <i>Antoine Bays</i>
15	Sintesi Animazione socioculturale giovanile online <i>Isabella Ferrara e Renato Hüppi</i>
18	Quando gli occhi ci ingannano <i>Marco Esposito</i>
22	Sintesi « Creare contenuti con piacere » <i>Intervista a Marco Hafner</i>
23-27	ASAG interno

Laurent Sedano, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW Soziale Arbeit, und ehemaliges Mitglied der EKKJ

«Kompetenz
entsteht durch
begleitete
Erfahrung.»

Plattformen regulieren, junge Nutzer*innen begleiten

Immer mehr Länder wollen Social Media für unter 16-Jährige sperren, auch in der Schweiz laufen Diskussionen dazu. Solche Verbote verkennen aber das eigentliche Problem und treffen jene jungen Menschen am härtesten, die digitale Räume am dringendsten brauchen. Was würde ein Verbot für die Offene Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) bedeuten und welche Ansatzpunkte wären wirkungsvoller?

Wirkt ein gesellschaftliches Problem bedrohlich, wächst der Wunsch nach klaren Massnahmen. Ein Verbot verspricht Handlungsfähigkeit und lässt sich einfach kommunizieren. Es verfehlt aber die eigentliche Ursache. Problematische Dynamiken bei der Mediennutzung entstehen weniger dadurch, dass Kinder und Jugendliche Social Media nutzen, als durch die Art, wie Plattformen gestaltet sind, und durch die Geschäftsinteressen dahinter.

Besser Plattformen regulieren

Plattformen sind nicht neutral gebaut: Endloses Scrollen, Autoplay, ständige Benachrichtigungen und personalisierte Feeds binden die Aufmerksamkeit absichtlich möglichst lange. Wer tatsächlich etwas bei der Mediennutzung verändern will, setzt deshalb besser bei den Plattformen an. Ein Verbot setzt am falschen Hebel an: Es schliesst Menschen aus, statt die Plattform mit Regulierungen mitzugestalten.

Evidenz ist nicht eindeutig

Verbote stützen sich oft auf die Annahme, Social Media würden der psychischen Gesundheit eindeutig schaden. Die Studienlage stützt diese Annahme nicht. Die vielzitierten Zusammenhänge sind klein, inkonsistent und nicht kausal belegt. Positive Effekte gehen hingegen in der Debatte meist unter. Entscheidend ist weniger, wie lange Kinder und Jugendliche online sind, sondern was sie dort tun. Apps wie TikTok oder Instagram mit stark algorithmisch

gesteuerten Feeds zeigen eher negative Effekte, der direkte Austausch über WhatsApp oder Snapchat eher positive. Häufig wirkt Mediennutzung zudem eher wie ein Katalysator: Sie macht sichtbar, was an Problemen ohnehin da ist, etwa Mobbing, Schulstress oder Zukunftsängste (Schweizerisches Gesundheitsobservatorium 2025).

Kinderrechte im digitalen Raum wahren

Kinder und Jugendliche haben auch im digitalen Raum Rechte. Der General Comment Nr. 25 zur UN-Kinderrechtskonvention nennt neben dem Recht auf Schutz ausdrücklich das Recht auf Zugang zu Information, auf Teilhabe und auf freie Meinungsäusserung. Schutzrechte stehen nicht über Zugangsrechten. Bemerkenswert ist die Logik dahinter: Im Zusammenhang mit digitaler Gewalt käme niemand auf die Idee, den Betroffenen den Zugang zu sperren. Bei Kindern erscheint genau das plötzlich als Lösung, eine Form der Täter-Opfer-Umkehr.

Erhoffte Wirkung würde ausbleiben

Selbst wenn die Schweiz ein Social-Media-Verbot einführen sollte: Das eigentliche und tieferliegende Problem würde nicht verschwinden, die Diskussionen würden sich nur verlagern. Statt über sinnvolle Nutzung würden sich Erwachsene und junge Menschen folglich darüber streiten, welche App noch zugänglich sein darf und welche nicht. Ein Teil der jungen Menschen würde in geschlossene Räume ausweichen und Social Media dort weiter nutzen. Dieses Dunkelfeld würde jede Begleitung erschweren.

Verbote treffen die Verletzlichsten

Ein pauschaler Ausschluss aus der Nutzung von Social Media trifft ausgerechnet jene, die digitale Räume am dringendsten brauchen, am härtesten: Kinder und Jugendliche in abgelegenen Regionen, aus belasteten Familien oder solche, die aus verschiedenen Gründen marginalisiert sind. Queere Jugendliche etwa erleben online zwar manchmal Hass, finden dort aber oft erstmals Gemeinschaft, Unterstützung und passende Informationen. Für sie sind Social Media gleichzeitig Risiko und Ressource. Jugendliche, die Hilfe dort suchen, wo sie ohnehin unterwegs sind, wenden sich nach einem Verbot kaum an eine Beratungsstelle.

Negative Folgen eines Verbots für die OKJA

Ein nationales Verbot würde Fachpersonen der OKJA in die Rolle drängen, Zugriffe auf Dienste zu kontrollieren, obwohl Kinder und Jugendliche diese in den Angeboten ohnehin nutzen. Verloren ginge dadurch ein wichtiger Aspekt der Arbeit der OKJA-Fachpersonen: mit Kindern und Jugendlichen über Inhalte und Verhaltensweisen ins Gespräch zu kommen, statt sie damit allein zu lassen.

Medienkompetenzen fördern

Kompetenz entsteht nicht durch fernhalten, sondern durch begleitete Erfahrung. Kinder und Jugendliche wachsen, wenn sie Herausforderungen bewältigen und dabei Unterstützung erfahren. Medienkompetenz erschöpft sich deshalb nicht in technischem Wissen. Es geht um Fragen wie: Wie wirken Algorithmen? Warum fühlen sich bestimmte Apps unwiderstehlich an? Wie prägen digitale Räume Selbstbild und Aufmerksamkeit? Solche Kompetenzen entstehen durch aktives Handeln, Austausch und Begegnung – also auch in der Freizeit und in der OKJA.

Räume zum Reflektieren

Es braucht in Bezug auf Social Media nicht nur Leitplanken für Plattformen sondern auch Räume, in denen junge Menschen freiwillig reflektieren, experimentieren und sich untereinander und mit Fachpersonen austauschen können. Positive Beispiele sind Projekte, in denen Jugendliche eine Zeit lang freiwillig auf das Smartphone verzichten und

dabei ihre eigene Nutzung neu einschätzen lernen. Hier kommt eine Stärke der OKJA zum Tragen: Sie bietet niederschwellige, begleitete Räume für genau diese Auseinandersetzung.

Regeln statt Verbote

Natürlich brauchen Kinder und Jugendliche Grenzen. Entscheidend ist, wie sie entstehen: Altersgerechte, in Beziehung ausgehandelte Regeln wirken, starre Verbote hingegen nicht. Statt die Verantwortung allein den Familien zuzuschieben, lohnt es sich, jene zu stärken, die Kinder und Jugendliche begleiten: Erziehungsberechtigte, Lehrpersonen, Schulsozialarbeiter*innen und OKJA-Fachpersonen. Die wichtigste Massnahme bleibt aber: die Plattformen regulieren, nicht die Kinder und Jugendlichen.



Positionspapier der Eidgenössische Kommission für Kinder- und Jugendfragen EKKJ «Social Media verbieten? Vermeintliche Lösung für ein komplexes Problem»: ekkj.admin.ch > Publikationen > Positionspapiere > [Social-Media-Verbote \(2025\)](#)

Schweizerisches Gesundheitsobservatorium (Hrsg.) (2025): *Psychische Gesundheit in der Schweiz: Entwicklung, Förderung, Prävention und Versorgung. Nationaler Gesundheitsbericht 2025*. Neuchâtel: BFS. <https://www.gesundheitsbericht2025.ch/toc>

United Nations. (2021): *General Comment No. 25 on children's rights in relation to the digital environment*. United Nation. <https://www.ohchr.org> > Suchfunktion benutzen



Podcast «Social-Media-Verbot – Stand der Dinge in Australien» von Laurent Sedano (2025): redenuebermedien.ch

Laurent Sedano, collaborateur scientifique, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW Soziale Arbeit, et ancien membre de la CFEJ

Résumé

Réguler les plateformes, accompagner les jeunes

De plus en plus de pays souhaitent interdire l'accès aux médias sociaux aux moins de 16 ans. En Suisse aussi, le débat est lancé. De telles interdictions ne résolvent pas le vrai problème et affectent le plus les jeunes qui ont le plus besoin des espaces numériques. Quelles seraient les conséquences d'une interdiction et quelles approches seraient plus efficaces ?

Les interdictions reposent souvent sur l'idée que les médias sociaux nuiraient à la santé mentale. Or, les études ne confirment pas cette affirmation. Ce qui importe, ce n'est pas tant le temps que les enfants et les jeunes passent en ligne, mais plutôt ce qu'ils y font. Les applications comme TikTok ou Instagram, qui proposent des fils d'actualité fortement pilotés par des algorithmes, semblent avoir plutôt des effets négatifs, tandis que les échanges directs via WhatsApp ou Snapchat ont plutôt des effets positifs. En outre, les médias agissent souvent comme un catalyseur : ils rendent visibles des problèmes qui existent déjà (Observatoire suisse de la santé, 2025). Les dynamiques problématiques sont largement liées à la manière dont les plateformes sont conçues et aux intérêts commerciaux qui orientent leur fonctionnement. Pour changer les choses, il est donc préférable d'agir au niveau de la régulation des plateformes.

Développer les compétences

Le vrai problème, plus profond, ne disparaîtrait pas avec une interdiction des médias sociaux. Une partie des jeunes se tournerait vers des espaces fermés et continuerait à y utiliser les médias sociaux. Cette situation rendrait l'accompagnement plus difficile. Une interdiction placerait en outre les professionnel-le-s de l'ASC enfance et jeunesse dans une situation où ils devraient contrôler l'accès aux médias interdits. Or, on ne favorise pas le développement des compétences en écartant les personnes du domaine en question, mais en leur permettant d'y faire des expériences en étant accompagnées. Les enfants et les jeunes grandissent lorsqu'ils surmontent des difficultés

tout en bénéficiant d'un soutien. Il faut donc réguler les plateformes, mais aussi créer des espaces dans lesquels les enfants et les jeunes peuvent, de leur plein gré, réfléchir à leurs pratiques, expérimenter et échanger entre pairs ainsi qu'avec des professionnel-le-s.

Des règles plutôt que des interdictions

Les enfants et les jeunes ont bien sûr besoin de limites. Ce qui est déterminant, c'est comment elles sont établies : il faut des règles adaptées à l'âge et élaborées ensemble, non des interdictions rigides, qui ne permettent pas d'atteindre l'objectif. Plutôt que de faire peser toute la responsabilité sur les familles, il vaut la peine de renforcer les personnes qui accompagnent les enfants et les jeunes. La mesure la plus importante reste néanmoins de réguler les plateformes, et non les enfants et les jeunes.

« Une interdiction des médias sociaux rendrait l'accompagnement plus difficile. »



Position de la Commission fédérale pour l'enfance et la jeunesse CFEJ « Interdire les médias sociaux ? Une solution apparemment simple à un problème complexe » : [cfej.admin.ch > Publications > Positions > Interdiction médias sociaux \(2025\)](https://cfej.admin.ch/publications/publications-positions/interdiction-medias-sociaux-2025)

Observatoire suisse de la santé (éd.) (2025) : *Santé mentale en Suisse : évolution, promotion, prévention et prise en charge. Rapport national sur la santé 2025.* Neuchâtel : OFS.
<https://www.gesundheitsbericht2025.ch/fr/toc>

*Laurent Sedano, collaboratore scientifico, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
ZHAW Soziale Arbeit, ed ex membro della Commissione federale per l'infanzia e la gioventù CFG*

Sintesi

Regolamentare le piattaforme, accompagnare le e i giovani

Sempre più Paesi vogliono vietare l'accesso ai social media alle e ai minori di 16 anni. Il dibattito è aperto anche in Svizzera. Questi divieti non risolvono il vero problema e penalizzano soprattutto le e i giovani per cui gli spazi digitali sono particolarmente importanti. Quali conseguenze avrebbe un divieto e quali approcci sarebbero più efficaci?

I divieti si basano spesso sull'idea che i social media danneggino la salute mentale. Gli studi, tuttavia, non confermano questa affermazione. Più che il tempo trascorso online, conta come bambine, bambini e giovani utilizzano i social media. Le applicazioni come TikTok e Instagram, con feed fortemente governati dagli algoritmi, sembrano avere effetti prevalentemente negativi, mentre gli scambi diretti tramite WhatsApp o Snapchat tendono ad avere effetti positivi. I social media, inoltre, agiscono spesso da catalizzatori, rendendo visibili problemi già esistenti. Le dinamiche problematiche dipendono in larga misura dal modo in cui sono concepite le piattaforme e dagli interessi commerciali che ne orientano il funzionamento. Per cambiare le cose, è quindi preferibile intervenire sulla regolamentazione delle piattaforme.

Sviluppare le competenze

Il problema di fondo non scomparirebbe vietando i social media. Una parte delle giovani persone si sposterebbe verso spazi chiusi e continuerebbe comunque a utilizzarli. Ciò renderebbe più difficile l'accompagnamento. Un divieto costringerebbe inoltre le professioniste e i professionisti dell'animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù a controllare l'accesso ai social media vietati. Le competenze, però, non si sviluppano escludendo le persone da un ambito, bensì accompagnandole e dando loro la possibilità di fare esperienze. Con il sostegno adeguato, bambine, bambini e giovani crescono affrontando le difficoltà. Oltre a regolamentare le piattaforme, bisogna creare spazi in cui possano riflettere liberamente sulle proprie pratiche, sperimentare e confrontarsi tra pari e con le figure professionali.

Regole anziché divieti

Bambine, bambini e giovani hanno certamente bisogno di limiti. Ciò che conta è come vengono stabiliti: servono regole adeguate all'età e definite insieme, non divieti rigidi che impediscono di raggiungere l'obiettivo. Anziché lasciare tutta la responsabilità alle famiglie, è importante sostenere chi accompagna bambine, bambini e giovani. La misura principale resta la regolamentazione delle piattaforme, non delle e dei loro giovani utenti.



Posizione della Commissione federale per l'infanzia e la gioventù CFG «Vietare i social media? Una presunta soluzione a un problema complesso»: cfej.admin.ch > Pubblicazioni > Posizioni > [Divieto social media \(2025\)](#)

Antoine Bays, spécialiste prévention en matière d'usages numériques, REPER

Contre le cyberharcèlement, développer les compétences

Les réseaux sociaux offrent des possibilités inédites de participer à la vie sociale, mais sont aussi conçus pour capter durablement l'attention. Dans ce contexte et face au phénomène du cyberharcèlement, un enjeu majeur de promotion de la santé est de développer les compétences numériques des enfants et des jeunes, notamment dans le cadre de l'animation socioculturelle (ASC) enfance et jeunesse.

Longtemps, la prévention s'est concentrée sur les usages. Combien de temps devant un écran ? À quel âge ? Quels contenus autoriser ? Ces questions sont importantes et légitimes, mais ne suffisent plus. Les principaux réseaux sociaux commerciaux sont conçus pour maximiser l'engagement et les interactions afin de générer le plus de profit possible. Recommandations personnalisées, notifications, vidéos qui s'enchaînent automatiquement, statuts, tout est fait pour répondre à cette logique. Ainsi, les comportements des jeunes dépendent en partie de leurs choix individuels, mais sont aussi influencés par les caractéristiques des plateformes utilisées.

Cyberharcèlement

Le cyberharcèlement est souvent présenté comme un problème propre aux réseaux sociaux. En réalité, les études montrent que les conflits trouvent fréquemment leur origine hors ligne. En revanche, les plateformes peuvent leur donner une ampleur nouvelle. Tout comme pour le harcèlement hors de l'espace numérique, les personnes témoins ont une grande importance dans le cyberharcèlement. Elles peuvent par exemple soutenir la victime, ne pas partager les contenus ou encore les signaler aux plateformes et à des adultes. La prévention doit promouvoir des comportements respectueux en ligne, mais implique aussi d'aider les jeunes à comprendre comment les environnements numériques influencent leurs choix et les dynamiques de groupe.

Compétences numériques = compétences de vie

Un des objectifs est de promouvoir une utilisation éclairée des réseaux sociaux à travers le développement des compétences : être capable de vérifier une information, de reconnaître les mécanismes qui cherchent à retenir notre attention, de communiquer avec respect, de protéger ses données personnelles, de savoir demander de l'aide, etc. Ces habiletés relèvent des compétences psychosociales promues en santé publique.

Avantage de l'ASC enfance et jeunesse

L'ASC enfance et jeunesse a un avantage considérable pour le travail de prévention et de promotion des compétences susmentionnées, parce qu'elle s'inscrit dans le quotidien des jeunes : elle peut ainsi partir de leurs propres expériences afin de renforcer leur pouvoir d'agir. Une vidéo virale sur TikTok ou des échanges sur Snapchat peuvent devenir de précieux supports de discussion. Ils permettent d'aborder des questions bien plus larges, comme l'estime de soi, l'appartenance au groupe, la pression sociale ou la quête de reconnaissance.

Responsabilité des réseaux sociaux

Si les compétences individuelles sont indispensables, elles ne suffisent pas à elles seules. Il ne faut pas transférer l'entière responsabilité sur les jeunes ou leurs familles. Les plateformes numériques influencent les comportements par leur conception même et ont donc une responsabilité à assumer.

Approche globale

Comme dans les autres domaines de la promotion de la santé, avoir un impact durable suppose d'intervenir à la fois auprès des personnes et sur les environnements. Cette approche invite à conjuguer les actions éducatives de proximité avec une réflexion plus large sur les conditions dans lesquelles les jeunes évoluent. C'est précisément dans cette perspective que de nombreuses ressources pédagogiques ont été développées ces dernières années.

DigiHarmo

La plateforme DigiHarmo, développée par REPER, rassemble dans cette optique des informations et des ressources pour les familles et les professionnel-le-s. Elle s'inscrit dans une approche de promotion de la santé qui vise à développer les compétences numériques et psychosociales des enfants et des jeunes, tout en encourageant une réflexion critique sur les environnements numériques dans lesquels iels évoluent.

Former les enfants et les jeunes est indispensable. Mais la prévention gagnera en efficacité lorsque nous les aiderons à développer leurs compétences tout en construisant, collectivement, des environnements numériques plus favorables à leur développement.

« Il faut intervenir auprès des personnes, mais aussi sur les environnements. »



digiarmo.ch/fr



Positionnement de REPER « Gestion des médias numériques avec les enfants et les adolescent-e-s » : reper-fr.ch > À propos > REPER > [Nos positionnements](#)

Rapport de l'étude JAMES 2024 « Jeunes, activités, médias – enquête Suisse » : zhaw.ch/psychologie/james

Les médias sociaux sont omniprésents dans l'ASC enfance et jeunesse et peuvent être utilisés pour favoriser une réflexion critique sur les risques.

Photo : AFAJ, Dres Hubacher



Antoine Bays, Fachperson Prävention im Bereich digitale Mediennutzung, REPER

Kurzfassung

Gegen Cybermobbing: Medienkompetenzen fördern

Social Media bieten neue Möglichkeiten, am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen, sind aber zugleich darauf ausgelegt, unsere Aufmerksamkeit möglichst lange zu binden. Vor diesem Hintergrund – und angesichts des Phänomens Cybermobbing – soll die Offene Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) die Medienkompetenzen von jungen Menschen stärken.

Cybermobbing wird häufig als ein Problem dargestellt, das typisch für die Social Media ist. Studien zeigen jedoch, dass die Konflikte häufig ausserhalb des digitalen Raums entstehen. Die Plattformen können ihnen hingegen eine neue Reichweite verleihen. Wie beim Mobbing ausserhalb des digitalen Raums kommt auch beim Cybermobbing den Beobachtenden eine wichtige Rolle zu: Sie können das Opfer unterstützen, Inhalte nicht weiterverbreiten oder diese melden. Präventionsarbeit soll einen respektvollen Umgang im Internet fördern, gleichzeitig jungen Menschen aufzeigen, wie digitale Umgebungen ihre Entscheidungen und Gruppendynamiken beeinflussen.

Digitale Kompetenzen = Lebenskompetenzen

Im Zentrum steht ein bewusster Umgang mit Social Media. Junge Menschen sollen diverse Kompetenzen entwickeln: Etwa das Überprüfen von Informationen, respektvolles Kommunizieren, der Schutz von persönlichen Daten, das Finden von Hilfsangeboten sowie das Erkennen von aufmerksamkeitsbindenden Mechanismen.

Die OKJA hat bei der Prävention und Förderung dieser Kompetenzen einen entscheidenden Vorteil: Sie kann direkt bei den Alltagserfahrungen junger Menschen ansetzen und deren Handlungsfähigkeit stärken. Ein TikTok-Video oder ein Snapchat-Gespräch können wertvolle Diskussionsmöglichkeiten bieten und es ermöglichen, Themen wie Selbstwertgefühl, Gruppenzugehörigkeit, sozialer Druck oder das Bedürfnis nach Anerkennung anzusprechen.

Ganzheitlicher Ansatz

Wie in anderen Bereichen der Gesundheitsförderung ist es grundlegend, sowohl bei den Menschen als auch beim Umfeld anzusetzen. So sollen Fachpersonen niederschwellige Bildungs- und Präventionsangebote vor Ort mit den Lebensumständen junger Menschen verbinden.

DigiHarmo

Die von REPER entwickelte Plattform DigiHarmo bündelt zu diesem Zweck Informationen und Ressourcen für Familien und Fachpersonen. Sie verfolgt einen gesundheitsfördernden Ansatz, der darauf abzielt, die digitalen und psychosozialen Kompetenzen von Kindern und Jugendlichen zu stärken. Gleichzeitig fördert sie eine kritische Auseinandersetzung mit den digitalen Umgebungen, in denen sie sich bewegen. Die Bildung und Stärkung von Kindern und Jugendlichen ist unerlässlich. Die Prävention wird jedoch an Wirksamkeit gewinnen, wenn wir ihnen helfen, ihre Kompetenzen zu entwickeln, und wir gleichzeitig zusammen digitale Umgebungen schaffen, die ihre Entwicklung besser unterstützen.



digiarmo.ch



Ergebnisbericht zur JAMES-Studie 2024 «Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz»:
zhaw.ch/psychologie/james

Antoine Bays, specialista in prevenzione nell'ambito dei media digitali, REPER

Sintesi

Più competenze digitali contro il cyberbullismo

I social media offrono nuove possibilità di partecipare alla vita sociale, ma sono anche concepiti per catturare la nostra attenzione il più a lungo possibile. In questo contesto, e di fronte al fenomeno del cyberbullismo, l'animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù è chiamata, nell'ambito della promozione della salute, a rafforzare le competenze digitali delle e dei giovani.

Il cyberbullismo viene spesso presentato come un problema tipico dei social media. Gli studi evidenziano tuttavia che i conflitti nascono spesso al di fuori dello spazio digitale e che le piattaforme possono amplificarne la portata. Come nel bullismo offline, anche nel cyberbullismo le persone che assistono hanno un ruolo importante: possono sostenere la vittima, evitare di condividere i contenuti o segnalarli. La prevenzione deve promuovere comportamenti rispettosi online e, al tempo stesso, aiutare le e i giovani a comprendere come gli ambienti digitali influenzino le loro decisioni e le dinamiche di gruppo.

Competenze digitali = competenze di vita

Al centro vi è un uso consapevole dei social media. Le e i giovani devono sviluppare diverse competenze: saper verificare le informazioni, comunicare in modo rispettoso, proteggere i propri dati personali, trovare aiuto e riconoscere i meccanismi utilizzati per catturare l'attenzione.

L'animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù ha un vantaggio decisivo nella prevenzione e nella promozione di queste competenze: può partire dalle esperienze quotidiane delle e dei giovani e rafforzarne la capacità di agire. Un video su TikTok o uno scambio su Snapchat possono offrire preziosi spunti per affrontare temi come l'autostima, il senso di appartenenza, la pressione sociale o il bisogno di riconoscimento.

Approccio globale

Come in altri ambiti della promozione della salute, per ottenere effetti duraturi è fondamentale intervenire sia sulle persone sia sul loro ambiente. Le professioniste e i professionisti dovrebbero quindi abbinare le offerte educative e di prevenzione a bassa soglia sul territorio a una riflessione più ampia sulle condizioni di vita delle e dei giovani.

DigiHarmo

Sviluppata da REPER, la piattaforma DigiHarmo raccoglie informazioni e risorse destinate alle famiglie e alle figure professionali. Il suo approccio di promozione della salute mira a rafforzare le competenze digitali e psicosociali di bambine, bambini e giovani, promuovendo al contempo una riflessione critica sugli ambienti digitali che frequentano.

Formare e rafforzare bambine, bambini e giovani è indispensabile. La prevenzione sarà però più efficace se, oltre a favorire lo sviluppo delle loro competenze, contribuiremo insieme a creare ambienti digitali più favorevoli alla loro crescita.



Rapporto sui risultati dello studio JAMES 2024
«Giovani, attività, media – rilevamento Svizzera»:
zhaw.ch/psychologie/james

Isabella Ferrara, Mitarbeiterin, und Renato Hüppi, Leitung,
Fachstelle Digitalität der Offenen Jugendarbeit OJA Zürich

Aufsuchende Jugendarbeit im digitalen Raum

Digitale Räume sind nicht mehr von analogen zu trennen und haben insbesondere für Jugendliche und junge Erwachsene eine grosse Bedeutung. Die Offene Jugendarbeit Zürich (OJA) hat deshalb ein Pilotprojekt zu Aufsuchender Jugendarbeit im digitalen Raum lanciert.

Die Aufsuchende Jugendarbeit stützt sich auf Prinzipien wie Lebensweltorientierung und Niederschwelligkeit, um Jugendliche und junge Erwachsene dort zu erreichen, wo sie sich aufhalten. Der virtuelle Raum ist ein essenzieller Bestandteil des Soziallebens junger Menschen, dank dem sie mit Freund*innen und dem Weltgeschehen in Kontakt sind. Gleichzeitig kann er als Rückzugsort dienen. Wer sich stärker in die virtuelle Welt zurückzieht, kann dabei von Einsamkeit betroffen sein.

Begleitung nötig

Im virtuellen Raum gibt es viele Angebote und Personen, die um die Aufmerksamkeit junger Menschen werben. Einige davon verfolgen keine guten Absichten. Daher sind Jugendliche und junge Erwachsene speziell in diesem Raum auf Begleitung und Unterstützung von Erwachsenen angewiesen. Soziokulturelle und Online-Beziehungsangebote sind im deutschsprachigen Raum bisher kaum vorhanden.

Grosses Pilotprojekt mit Begleitevaluation

Als Teil eines breitangelegten Pilotprojekts startete die OJA diesen Mai die «Online Aufsuchende Jugendarbeit» mit Partnerorganisationen in St. Gallen, Graubünden und Kriens. Das Projekt wird vom Verein Radarstation, der Hochschule Luzern HSLU und der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW begleitet und evaluiert. Im Gegensatz zu bereits bestehenden Angeboten, die den Fokus eher auf Einzelberatungen oder spezifische Themen wie Extremismus legen, liegt der Fokus in diesem Projekt auf der soziokulturellen Jugendarbeit: So werden auch Gruppen junger Menschen angesprochen, nicht nur Einzelpersonen. Ziel ist es jedoch auch,

einsamkeitsbetroffene junge Menschen zu erreichen und sie mit anderen zusammenzubringen. Das Angebot richtet sich an Personen im Alter von 12 bis 25 Jahren. Allgemein steht die Arbeit noch am Anfang und es werden in diesem Projekt viele Vorgehensweisen getestet, wie Online-Arbeit gelingend funktionieren kann.

Ressourcenförderung und Partizipation

Im Zentrum der Arbeit steht der Beziehungsaufbau sowie die Ressourcenförderung. Die Fachpersonen der OJA kontaktieren junge Menschen online proaktiv und stehen ihnen als vertrauenswürdige Ansprechpersonen zur Seite. Erstkontakte knüpft das Team auf Social Media über partizipative Elemente wie interaktive Umfragen und Abstimmungen. Dazu gehört, dass die Mitarbeitenden auf ihre persönlichen Profile aufmerksam machen und auf Kommentare reagieren. Ausserdem sucht das Projekt Zugang zu halbgeschlossenen Online-Communities und monitort laufend Influencer*innen und Themen, welche im Raum Zürich aktuell sind.

Weitere Kontakte und Anknüpfungspunkte ergeben sich für das Projekt über die Jugendzentren der OJA. Zudem bestehen zusätzliche Ressourcen, um Jugendliche und junge Erwachsene dazu zu motivieren, sich mit eigenen Ideen und Projekten einzubringen und sie bei deren Umsetzung zu unterstützen.

Plattformen

Die Online-Präsenz orientiert sich am Nutzungsverhalten junger Menschen. Das bedeutet, es wird berücksichtigt, wo und wann sie online unterwegs sind und welche Themen sie beschäftigen. Die OJA ist auf WhatsApp, Instagram,

«Ziel ist, dass die Online-Präsenz den Bedürfnissen der Zielgruppe entspricht.»

Snapchat und TikTok gestartet und für Jugendliche und junge Erwachsene ansprechbar. Künftig könnten Plattformen wie Discord und Reddit für die Aufsuchende und die gezielte Community-Arbeit interessant sein.

Junge Expert*innen

Um zu entscheiden, welche Plattformen die OJA nutzt, wie die Mitarbeitenden sich dort präsentieren sowie was die Vorgehensweise sein soll, wird als zentraler Bestandteil des Projekts eine Gruppe von jungen Expert*innen konsultiert. Sie geben Einblicke in ihre Lebenswelt und stehen mit Tipps, Ideen und Kritik zur Seite, sodass die Online-Präsenz den Bedürfnissen der Zielgruppe entspricht.

Ausblick

Aktuell erstellt die OJA Dokumente, die als Basis der Online-Arbeit dienen sollen. Dazu gehören Leitfäden zur digitalen Interaktion, Abläufe für Notfallsituationen und ein Haltungspapier für die Kommunikation auf Social Media. Gleichzeitig baut die OJA das Netzwerk im Bereich der Digitalen Sozialen Arbeit aus. Dazu gehören die Vernetzung mit Fachpersonen, Onlineberatungsstellen und weiteren Fachstellen sowie mit der Polizei, Psychosozialen Diensten und Präventionsstellen.



oja.ch/fachstelle-digitalitaet

Isabella Ferrara, collaboratrice, et Renato Hüppi, responsable, service spécialisé digitalité d'Offene Jugendarbeit OJA Zürich

Résumé

Animation socioculturelle jeunesse en ligne

Les espaces numériques ne peuvent plus être dissociés des espaces analogiques et revêtent une grande importance, en particulier pour les jeunes générations. C'est pourquoi Offene Jugendarbeit Zürich (OJA) a lancé un projet pilote consacré à l'animation socioculturelle (ASC) jeunesse en ligne.

Dans l'espace virtuel, de nombreuses offres et personnes cherchent à attirer l'attention des jeunes générations, parfois en ayant des intentions malveillantes. C'est pourquoi, dans cet espace, les jeunes et les jeunes adultes ont besoin d'être accompagné-e-s et soutenu-e-s par des adultes.

Projet pilote avec évaluation

Dans le cadre d'un vaste projet pilote, OJA a lancé le projet « Online Aufsuchende Jugendarbeit » (n.d.l.t. ASC jeunesse en ligne) en mai dernier, avec des organisations partenaires à Saint-Gall, dans les Grisons et à Kriens. Le projet est suivi et évalué par l'association Radarstation, la Fachhochschule Luzern (HSLU) et la Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW). Contrairement aux offres déjà existantes, qui mettent davantage l'accent sur le conseil individuel ou sur des thématiques spécifiques telles que l'extrémisme, ce projet est centré sur l'ASC jeunesse et s'adresse aussi à des groupes, pas seulement à des individus. L'offre s'adresse aux jeunes de 12 à 25 ans.

Promotion des ressources et participation

Le cœur du travail consiste à créer des liens avec les jeunes et à promouvoir leurs ressources. Les professionnel-le-s d'OJA prennent activement contact avec les jeunes en ligne. L'équipe établit les premiers contacts sur les réseaux sociaux au moyen d'éléments participatifs tels que des sondages interactifs. En outre, elle cherche à entrer en contact avec des communautés en ligne semi-fermées et suit l'activité des influenceur-euse-s ainsi que l'évolution des thématiques d'actualité dans la région zurichoise.

Plateformes

OJA est présente sur WhatsApp, Instagram, Snapchat et TikTok. À l'avenir, des plateformes telles que Discord et Reddit pourraient également constituer des espaces pertinents pour l'ASC jeunesse en ligne et le travail ciblé auprès de communautés.

Jeunes expert-e-s

Pour déterminer quelles plateformes utiliser, comment s'y présenter et quelle approche adopter, OJA consulte un groupe de jeunes expert-e-s. Ces jeunes donnent un aperçu de leurs réalités de vie, prodiguent des conseils, partagent leurs idées et formulent des critiques. L'objectif est que la présence en ligne corresponde aux besoins du groupe cible.

Perspectives

Actuellement, OJA élabore des documents qui serviront de base pour le travail en ligne. Il s'agit notamment de guides sur les interactions numériques, de marches à suivre en cas d'urgence et d'un document définissant les principes de communication sur les réseaux sociaux. Parallèlement, OJA élargit le réseau dans le domaine du travail social en ligne, notamment en favorisant le travail en réseau avec des professionnel-le-s, des services de conseil en ligne, d'autres services spécialisés, la police, les services psychosociaux et les organismes de prévention.

Isabella Ferrara, collaboratrice, e Renato Hüppi, responsabile,
servizio specializzato digitalità dell'Offene Jugendarbeit Zürich (OJA)

«L'obiettivo è
che la presenza
online risponda
ai bisogni del
gruppo target.»

Sintesi

Animazione socioculturale giovanile online

Gli spazi digitali sono ormai inscindibili da quelli analogici e hanno una grande importanza, in particolare per le giovani generazioni. Per questo motivo l'Offene Jugendarbeit Zürich (OJA) ha avviato un progetto pilota dedicato all'animazione socioculturale giovanile online.

Nello spazio virtuale, numerose offerte e persone cercano di attirare l'attenzione delle giovani generazioni, talvolta con cattive intenzioni. Proprio in questo ambiente, le e i giovani hanno bisogno dell'accompagnamento e del sostegno di persone adulte.

Progetto pilota con valutazione

Nell'ambito di un ampio progetto pilota, lo scorso maggio l'OJA ha avviato «Online Aufsuchende Jugendarbeit» (n.d.t.: animazione socioculturale giovanile online) insieme a organizzazioni partner di San Gallo, dei Grigioni e di Kriens. Il progetto è accompagnato e valutato dall'associazione Radarstation, dalla Fachhochschule Luzern (HSLU) e dalla Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW). A differenza delle offerte già esistenti, maggiormente incentrate sulla consulenza individuale o su temi specifici come l'estremismo, questo progetto si concentra sull'animazione socioculturale della gioventù e si rivolge anche a gruppi e non soltanto a singole persone. L'offerta si rivolge a giovani dai 12 ai 25 anni.

Promozione delle risorse e partecipazione

Al centro del lavoro vi sono la creazione di relazioni con le e i giovani e la valorizzazione delle loro risorse. Le professioniste e i professionisti dell'OJA interagiscono attivamente con loro online. I primi scambi sui social media vengono stabiliti tramite strumenti partecipativi, ad esempio sondaggi interattivi. Il team cerca inoltre di entrare in contatto con comunità online semi-chiuse e segue l'attività di influencer e l'evoluzione dei temi d'attualità nella regione di Zurigo.

Piattaforme

L'OJA è presente su WhatsApp, Instagram, Snapchat e TikTok. In futuro anche piattaforme come Discord e Reddit potrebbero diventare spazi interessanti per l'animazione socioculturale giovanile online e per il lavoro mirato con le comunità.

Giovani esperte ed esperti

Per decidere quali piattaforme utilizzare, come presentarsi e quale approccio adottare, l'OJA fa riferimento a giovani esperte ed esperti, che offrono uno sguardo sulle proprie realtà di vita e contribuiscono con consigli, idee e osservazioni critiche, affinché la presenza online risponda ai bisogni del gruppo target.

Prospettive

Attualmente l'OJA sta elaborando alcuni documenti che serviranno da base per il lavoro online, tra cui linee guida per l'interazione digitale, procedure per le situazioni di emergenza e un documento sui principi della comunicazione sui social media. Parallelamente sta ampliando la propria rete di contatti nell'ambito del lavoro sociale online, coinvolgendo professioniste e professionisti, servizi di consulenza online e altri servizi specializzati, nonché la polizia, i servizi psicosociali e i servizi di prevenzione.

Marco Esposito, Trainer für digitale Transformation, visavi.at

Wenn uns unsere Augen täuschen

KI-generierte Texte, Bilder, Stimmen, Videos und Musik entstehen heute mit wenigen Klicks. Digitalforensiker*innen rechnen damit, dass sich diese Inhalte bald auch mit modernster Technologie kaum noch erkennen lassen. Wie können Fachpersonen der Offenen Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) ihre Medienkompetenz diesbezüglich entwickeln und die der jungen Menschen fördern?

Medienkompetenz und kritisches Denken im Umgang mit künstlicher Intelligenz (KI) sowie allgemein mit Medien und Informationen sollten alle ausbauen, ganz besonders Fachpersonen, die mit Kindern und Jugendlichen arbeiten. Es braucht aber keine Ausbildung zu KI-Detektiv*innen. Worum es wirklich geht, ist den Autopiloten zu unterbrechen. Nicht alles, was echt aussieht, sollten wir reflexhaft glauben, liken, weiterleiten oder zur Grundlage einer Entscheidung machen.

Quellen prüfen

Fachpersonen der OKJA können Kinder und Jugendliche einladen, Quellen zu prüfen: Wer hat den Inhalt ursprünglich veröffentlicht? Vertrauenswürdige Medien arbeiten mit transparenten Quellen und redaktionellen Standards. Junge Menschen können lernen, woran solche Angebote erkennbar sind und reflektieren, welche sie selbst nutzen. Werkzeuge wie «Ground News» vergleichen, wie Redaktionen weltweit über dasselbe Ereignis berichten.

Absicht hinterfragen

Eine weitere wichtige Frage, die Fachpersonen der OKJA sich stellen und weitergeben können, ist: Will der Beitrag informieren oder emotionalisieren? Social Media leben von Emotionen, besonders negativen. Diese erhöhen nachweislich die Wahrscheinlichkeit, dass Nutzende Nachrichten anklicken. Bei emotional geladenen Inhalten hilft die 24-Stunden-Regel. Einen Tag abwarten. Meist haben Faktencheck-Plattformen wie «Mimikama» bis dahin die Hintergründe aufgearbeitet.

Warnsignale kennen und Unterstützung holen

Besonders verdächtig sind unerwartete Geldforderungen, künstlicher Zeitdruck, Geheimhaltung und die Aufforderung, normale Abläufe zu umgehen. Verdächtige Inhalte sollten Fachpersonen der OKJA sowie Kinder und Jugendliche sichern (Screenshot), prüfen und bei der Plattform selbst oder bei «clickandstop.ch», der Melde- und Beratungsstelle gegen digitale, sexualisierte Gewalt an Kindern und Jugendliche, melden. Sie sollten die Inhalte jedoch nicht empört kommentieren oder weiterverbreiten, denn jede Interaktion erhöht die Reichweite. Tools wie «Googles SynthID» liefern Hinweise, um Fälschungen zu erkennen, zumindest wenn sie mit bekannten, kommerziellen Tools erstellt wurden.

Gesunder Zweifel als neue Kompetenz

Nicht alles lässt sich überprüfen. Vielleicht ist das die wichtigste neue Medienkompetenz: Unsicherheit auszuhalten und sagen zu können «Ich weiss es noch nicht.» Denn in einer Welt, in der alles echt aussehen kann, ist ein begründeter Zweifel oft mehr wert als die schnellste Antwort. Unseren Augen werden wir bald nicht mehr trauen können. Unserem Denken (hoffentlich) schon.



clickandstop.ch

Um KI-Wasserzeichen zu prüfen:
deepmind.google/models/synthid

Vergleichsplattform von Berichterstattungen: ground.news

Deutschsprachige Faktenchecks und Warnungen vor Fälschungen: mimikama.org

Marco Esposito, formateur en transformation numérique, visavi.at

Quand nos yeux nous trompent

Aujourd'hui, quelques clics suffisent pour générer avec l'intelligence artificielle (IA) des images, des vidéos, des voix ou autre. Les expert·e·s estiment que ces contenus seront bientôt difficilement identifiables en tant que tels. Comment est-ce que les professionnel·le·s de l'animation socioculturelle (ASC) enfance et jeunesse peuvent développer leurs compétences médiatiques en la matière et promouvoir celles des jeunes ?

Tout le monde, en particulier les personnes travaillant avec des enfants et des jeunes, devrait développer ses compétences médiatiques et l'esprit critique face à l'IA, de même que face aux médias et à l'information en général. Pas besoin néanmoins de devenir détective de l'IA. L'essentiel est de désactiver le pilote automatique. Nous ne devrions pas croire, aimer ou partager sans réfléchir tout ce qui semble réel, ni nous en servir pour prendre une décision.

Vérifier les sources

Les professionnel·le·s de l'ASC enfance et jeunesse peuvent inviter les enfants et les jeunes à vérifier les sources : qui, à l'origine, a publié le contenu ? Les médias de confiance travaillent avec des sources transparentes et des normes éditoriales. Les jeunes peuvent apprendre à reconnaître de telles offres et réfléchir à celles qu'ils utilisent. Des outils tels que « Ground News » comparent la façon dont les rédactions du monde entier rapportent le même événement.

S'interroger sur les intentions

Une autre question que les professionnel·le·s de l'ASC enfance et jeunesse peuvent se poser et transmettre est : ce contenu veut-il informer ou susciter des émotions ? Les médias sociaux se nourrissent d'émotions, surtout des négatives. Il a été prouvé que celles-ci augmentent la probabilité que les utilisateur·trice·s cliquent sur les posts. Pour les contenus suscitant beaucoup d'émotions, il est utile de laisser passer une journée. La plupart du temps, des plateformes de vérification des infos auront alors examiné l'affaire.

Connaître les signaux d'alarme et chercher du soutien

Les contenus suspects – tels que demandes inattendues d'argent, pression temporelle artificielle, secret imposé ou invitations à contourner les procédures normales – doivent être sécurisés (capture d'écran), vérifiés et signalés à la plateforme concernée ou à « clickandstop.ch », le service de signalement en ligne contre les violences numériques et sexualisées envers les enfants et les adolescents. Il ne faut toutefois pas commenter ou diffuser ces contenus avec indignation, car cela augmente leur portée. Des outils tels que « SynthID » de Google aident à détecter les falsifications, du moins si elles ont été créées avec des outils commerciaux connus.

Le doute comme nouvelle compétence

Tout n'est pas vérifiable. La nouvelle compétence médiatique essentielle est peut-être de pouvoir supporter l'incertitude et de dire « je ne sais pas encore ». Dans un monde où tout peut sembler réel, un doute fondé vaut souvent mieux qu'une réponse ultrarapide. Bientôt, nous ne pourrons plus nous fier à nos yeux ; nous pourrons (espérons-le) encore nous fier à notre pensée.

Traduit de l'allemand



clickandstop.ch/fr

deepmind.google/models/synthid

ground.news

Marco Esposito, formatore nell'ambito della trasformazione digitale, visavi.at

Quando gli occhi ci ingannano

Oggi bastano pochi clic per generare testi, immagini, voci, video e musica con l'intelligenza artificiale (IA). Secondo le esperte e gli esperti di informatica forense, presto sarà quasi impossibile riconoscerli anche con le tecnologie più avanzate. Come possono le professioniste e i professionisti dell'animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù sviluppare la propria capacità di valutare criticamente i media e rafforzare quella delle giovani generazioni?

Ognuno, soprattutto chi lavora con bambine, bambini e giovani, dovrebbe rafforzare le competenze mediali e il pensiero critico nell'uso dell'IA, dei media e delle informazioni. Non serve diventare detective dell'IA, ma interrompere il pilota automatico: non credere automaticamente a ciò che sembra autentico, non mettere «mi piace», non inoltrarlo né usarlo per prendere decisioni senza prima riflettere.

Verificare le fonti

Le professioniste e i professionisti possono invitare bambine, bambini e giovani a verificare le fonti: chi ha pubblicato il contenuto per primo? I media affidabili lavorano con fonti trasparenti e standard editoriali: le giovani generazioni possono imparare a riconoscere tali offerte e riflettere su quali utilizzano. «Ground News» confronta come diverse redazioni nel mondo raccontano lo stesso evento.

Interrogarsi sulle intenzioni

Un'altra domanda importante che le professioniste e i professionisti dell'animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù possono porsi e trasmettere è: questo contributo vuole informare o suscitare emozioni? I social media vivono di emozioni, soprattutto di quelle negative, che aumentano la probabilità che le e gli utenti clicchino sui contenuti. Davanti a contenuti emotivamente carichi, vale la regola delle 24 ore: aspettare un giorno. Nel frattempo, siti di verifica avranno spesso chiarito i fatti.

Riconoscere i segnali d'allarme e chiedere aiuto

Richieste inattese di denaro, urgenza artificiosa, segretezza e inviti ad aggirare le procedure normali sono segnali sospetti. Le professioniste e i professionisti, così come bambine, bambini e giovani, dovrebbero conservare uno screenshot dei contenuti sospetti, verificarli e segnalarli alla piattaforma o a «clickandstop.ch», servizio di segnalazione online contro la violenza digitale, sessualizzata su bambini e adolescenti. Non vanno commentati con indignazione né ricondivisi: ogni interazione ne aumenta la diffusione. Strumenti come «SynthID» di Google aiutano a individuare le falsificazioni, almeno quando sono state create con strumenti commerciali conosciuti.

Una nuova competenza: il dubbio ragionevole

Non tutto è verificabile. Forse la competenza mediale più importante è tollerare l'incertezza e saper dire: «Non lo so ancora». Quando tutto può sembrare autentico, un dubbio fondato vale spesso più di una risposta rapida. Presto non potremo più fidarci dei nostri occhi, ma, si spera, potremo fidarci del nostro pensiero.

Tradotto dal tedesco



clickandstop.ch/it

deepmind.google/models/synthid

ground.news

Marco Hafner, ancien collaborateur spécialisé de Jugendinformation tipp à Saint-Gall, depuis octobre 2026 chez Pro Juventute

Résumé

« Aborder la production de contenus avec plaisir »

Dans cette interview, Marco Hafner explique comment produire des contenus pour les médias sociaux dans le cadre de l'animation socioculturelle (ASC) enfance et jeunesse et quels sont les éléments à prendre en compte.

InfoAnimation : *Quels conseils avez-vous pour la production de contenus destinés aux médias sociaux dans le cadre de l'ASC enfance et jeunesse ?*

Marco Hafner : Tout commence par une stratégie claire, assortie d'objectifs définis. Chez tipp, nous planifions chaque année notre stratégie en matière de médias numériques et coordonnons les contenus chaque semaine lors de réunions. Des esquisses visuelles et des scripts pour les contenus parlés facilitent la mise en œuvre.

Je préconise d'aborder la production de contenus avec décontraction et plaisir, et d'essayer des choses nouvelles, mais aussi de consacrer consciemment du temps au travail dans l'espace numérique et de l'effectuer avec sérieux.

Les professionnel-le-s devraient donner la priorité aux plateformes les plus utilisées par leur public cible. Personnellement, je préférerais atteindre les jeunes par le biais de services respectueux de la protection des données et dépourvus d'algorithmes qui favorisent une utilisation addictive. Toutefois, dans une approche axée sur l'environnement de vie des jeunes générations, nous devons être présent-e-s là où se trouve notre public cible. En outre, je juge plus judicieux de se concentrer sur une seule plateforme et de l'alimenter de manière professionnelle et régulière que d'être présent-e-s sur de nombreux médias sociaux sans s'y investir réellement.

Une idée originale et une manière authentique de se présenter sont plus déterminantes pour le succès d'une production qu'une qualité d'image ou de son particulièrement élevée. Je recommande donc d'investir avant tout du temps – dans la compréhension des

plateformes et de l'univers quotidien du public cible. Le travail dans l'espace numérique devrait en outre être pleinement intégré aux routines et au quotidien professionnels de la structure d'ASC enfance et jeunesse.

Où trouver de l'inspiration pour produire des contenus pour l'ASC enfance et jeunesse ?

Pour trouver des idées, il vaut la peine de parcourir les fils d'actualité une fois par semaine pendant 20 à 30 minutes, avec un regard analytique : pourquoi cette vidéo fonctionne-t-elle ? Quels sont les points communs des contenus qui ont du succès ?

Chez tipp, nous définissons nos contenus en fonction de notre public cible. Grâce à des sondages et aux échanges directs avec les jeunes, nous pouvons identifier les thèmes qui sont pertinents.

Si vous ne pouviez avoir que trois éléments pour produire un post, lesquels choisiriez-vous ?

1. Un script et/ou un storyboard : pour que la production suive un fil conducteur et que les personnes impliquées – devant et derrière la caméra – connaissent la mission.
2. Le smartphone du membre de l'équipe ayant le meilleur appareil photo.
3. Un micro-cravate : disponible dès CHF 30.–, il améliore considérablement la qualité du son et constitue un (premier) investissement pertinent.

Interview (par écrit) : Marilène Broglie et Manuela Lutz

Marco Hafner, ehemaliger Fachmitarbeiter von Jugendinformation tipp, seit Oktober 2026 bei Pro Juventute

«Mit Freude an die Produktion von Inhalten herangehen»

In diesem Interview erläutert Marco Hafner, warum und wie Fachpersonen der Offenen Kinder- und Jugendarbeit (OKJA) für die Jugendinformationsarbeit Inhalte für Social Media produzieren sollten und was dabei zu beachten ist.

InfoAnimation: Die Jugendinformation tipp in St. Gallen beschäftigt eine Person, die mit 40 Stellenprozenten ausschliesslich für das Produzieren von Inhalten für die digitalen Medien zuständig ist. Warum bekommt diese Arbeit so viel Raum?

Marco Hafner: Als Stelle der Jugendinformation haben wir den Auftrag, jungen Menschen einen niederschweligen Zugang zu verlässlichen Informationen zu ermöglichen. Unsere Zielgruppe informiert sich überwiegend online – insbesondere auch über Social Media. Wir sind dementsprechend in denjenigen digitalen Räumen präsent, in denen sie sich bewegt, und bieten dort qualitativ hochwertige, unabhängige und verständlich aufbereitete Informationen an.

Unsere Hauptplattformen sind Instagram und TikTok (@tipp.sg), da diese bei unserer Zielgruppe am weitesten verbreitet sind. Zusätzlich veröffentlichen wir monatlich einen Podcast (tipp topp) auf den gängigen Plattformen – Spotify, Apple Podcasts, Deezer – und schreiben sporadisch Artikel zu Jugendthemen auf unserer Webseite. Die Form richtet sich stets nach der Plattform: Auf Instagram und TikTok funktionieren kurze Videos unter 90 Sekunden am besten, während im Podcast Themen vertieft in 20 bis 40 Minuten behandelt werden können. Auf unserer Webseite bieten wir eine breite Auswahl an Informationen zu verschiedensten jugendrelevanten Themen an.

Wie können Fachstellen der OKJA trotz beschränkter Ressourcen ihre Zielgruppen über die Social Media erreichen?

Eine originelle Idee und ein authentischer Auftritt sind für den Erfolg einer Produktion entscheidender als eine

besonders hohe Bild- oder Tonqualität. Ich empfehle daher, vor allem Zeit zu investieren – in das Verständnis der Plattformen, der Lebenswelt der Zielgruppe und die Entwicklung passender Inhalte. Die Arbeit im digitalen Raum sollte zudem fest in den Abläufen und dem Arbeitsalltag der OKJA-Fachstelle integriert sein.

Welche Tipps haben Sie für das Produzieren von Inhalten für die Social Media in der OKJA?

Am Anfang steht eine klare Strategie mit definierten Zielen. Wen wollen wir erreichen? Was wollen wir vermitteln? Ein hilfreicher Ausgangspunkt ist der Leitfaden «Digitale Medien in der OKJA» des DOJ. Im tipp planen wir unsere digitalen Medien jährlich strategisch und koordinieren die Inhalte wöchentlich in Redaktionssitzungen. Visuelle Skizzen und Skripte für gesprochenen Text erleichtern die Umsetzung. Ich plädiere einerseits dafür, unverkrampft und mit Freude an die Produktion von Inhalten heranzugehen und Neues auszuprobieren. Andererseits ist es wichtig, sich bewusst Zeit für die Arbeit im digitalen Raum zu nehmen und sie mit Ernsthaftigkeit anzugehen. Fachpersonen sollten prioritär jene Plattformen benutzen, die von der Zielgruppe am meisten genutzt werden. Persönlich würde ich zwar Jugendliche lieber über datenschutzfreundliche Angebote erreichen, die ohne süchtigmachende Algorithmen auskommen. Im Sinne der Lebensweltorientierung müssen wir jedoch dort präsent sein, wo sich die Zielgruppe aufhält. Dabei gilt auch: Weniger ist mehr. Es ist sinnvoller, sich auf eine Plattform zu konzentrieren und sie professionell sowie regelmässig zu bespielen, als auf vielen digitalen Medien halbherzig präsent zu sein.

Wo gibt es Inspiration für das Produzieren von Inhalten für die OKJA?

Um Ideen zu finden lohnt es sich, einmal pro Woche während 20 bis 30 Minuten mit einem analytischen Blick durch die Feeds zu gehen: Warum funktioniert dieses Video? Welche Gemeinsamkeiten haben erfolgreiche Inhalte?

Bei der inhaltlichen Ausrichtung orientieren wir uns im Tipp an unserer Zielgruppe. Durch Umfragen sowie den direkten Austausch können wir Themen identifizieren, die für die Zielgruppe relevant sind.

Wenn Sie nur drei Dinge für die Produktion eines Posts haben könnten, welche wären das?

1. Skript und/oder Storyboard: damit die Produktion einem roten Faden folgt und alle Beteiligten vor und hinter der Kamera den Auftrag kennen.
2. Smartphone des Teammitglieds mit der besten integrierten Kamera.
3. Ansteckmikrofon: ist bereits ab CHF 30.- erhältlich, verbessert die Tonqualität deutlich und ist somit eine sinnvolle (erste) Investition.

Interview (schriftlich): Marilène Broglie und Manuela Lutz

«Die Arbeit im digitalen Raum sollte fest in die Abläufe integriert werden.»



tipp.sg



Übersicht der verschiedenen Social Media:
schau-hin.info/soziale-netzwerke



Fachgruppe Digitale Medien (2018): *Leitfaden Digitale Medien in der OKJA*. Bern: DOJ.
doj.ch/fachpublikationen

Fachgruppe Jugendinformation (2018): *Grundlagenpapier Jugendinformation in der OKJA*. Bern: DOJ.
doj.ch/fachpublikationen

Foto: zVg



Marco Hafner, ex collaboratore di Jugendinformation tipp a San Gallo, da ottobre 2026 presso Pro Juventute

Sintesi

«Creare contenuti con piacere»

In questa intervista Marco Hafner spiega come produrre contenuti per i social media nell'ambito dell'animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù e quali aspetti bisogna considerare.

InfoAnimation: Quali consigli può dare per la produzione di contenuti destinati ai social media nell'ambito dell'animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù?

Marco Hafner: Tutto parte da una strategia chiara e da obiettivi ben definiti. A tipp pianificavamo ogni anno la nostra strategia per i media digitali e coordinavamo settimanalmente i contenuti durante le riunioni. Bozze visive e copioni per le parti parlate ne facilitano la realizzazione.

Consiglio di affrontare la produzione di contenuti con leggerezza e piacere e di sperimentare cose nuove, ma anche di dedicare consapevolmente del tempo al lavoro nello spazio digitale e di svolgerlo con serietà.

Le professioniste e i professionisti dovrebbero privilegiare le piattaforme maggiormente utilizzate dal loro pubblico target. Personalmente preferirei raggiungere le e i giovani attraverso servizi rispettosi della protezione dei dati e privi di algoritmi che creano dipendenza. Tuttavia, in un approccio orientato all'ambiente di vita delle giovani generazioni, dobbiamo essere presenti là dove sono le e i giovani. Ritengo inoltre più sensato concentrarsi su un'unica piattaforma, gestendola in modo professionale e regolare, piuttosto che essere presenti su numerosi social media senza dedicarvi le risorse necessarie.

Per creare un contenuto efficace, contano di più un'idea originale e un modo autentico di presentarsi che la qualità particolarmente elevata delle immagini o del suono. Consiglio quindi di investire soprattutto tempo nella comprensione delle piattaforme e della realtà di vita delle e dei giovani. Il lavoro nello spazio digitale dovrebbe inoltre essere pienamente integrato nelle attività e nella quotidianità professionale del centro d'animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù.

Dove trovare ispirazione per produrre contenuti destinati all'animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù?

Per trovare idee, vale la pena dedicare 20–30 minuti a settimana e scorrere i feed con occhio analitico: perché questo video funziona? Quali caratteristiche accomunano i contenuti di successo?

A tipp definivamo i contenuti in funzione del nostro pubblico target. I sondaggi e lo scambio diretto con le e i giovani ci permettevano di individuare i temi rilevanti.

Se potesse disporre soltanto di tre elementi per produrre un post, quali sceglierebbe?

1. Uno script e/o uno storyboard, affinché la produzione segua un filo conduttore e tutte le persone coinvolte, davanti e dietro la telecamera, sappiano che cosa devono fare.
2. Lo smartphone della persona del team con la fotocamera migliore.
3. Un microfono a clip: disponibile già a partire da 30 CHF, migliora notevolmente la qualità del suono ed è quindi un primo investimento sensato.

Intervista (scritta): Marilène Broglie e Manuela Lutz

Unter dem Dach des DOJ arbeiten aktuell acht thematische Fachgruppen. Sie befassen sich mit Fragen aus Theorie und Praxis zu Tätigkeitfeldern der Offenen Kinder- und Jugendarbeit (OKJA). Sie tauschen sich aus, bieten teilweise Veranstaltungen an und verfassen fachliche Grundlagen.

Wer in einer Fachgruppe mitarbeiten oder eine neue gründen möchte, melde sich gerne via welcome@doj.ch.

FACHGRUPPE
**.DIGITALE MEDIEN &
JUGENDINFORMATION.**
DOJ

Manuela Lutz, Co-Koordination

Die Fachgruppe trifft sich drei- bis viermal im Jahr, um sich über die neusten Entwicklungen im Bereich digitale Medien und Jugendinformation auszutauschen. An diesen Treffen bündeln die Fachpersonen ihr Wissen und nutzen ihr Netzwerk, um die an die Fachgruppe herangetragenen Fragen zu beantworten. Wichtige Arbeitsthemen dieses Jahr sind die Überarbeitung des Leitfadens «Digitale Medien in der OKJA» und die Auseinandersetzung mit der Debatte um Social-Media-Verbote.

Die Fachgruppe plant und organisiert weiter immer wieder Projekte für Austausch und Vernetzung. Wir freuen uns, erneut aktive Partnerin beim Barcamp Soziokultur und digitaler Wandel #Skamp26 des Vereins Radarstation zu sein: Am 5. November 2026 treffen sich in Bern Interessierte aus der ganzen Schweiz, um gemeinsam an Ideen zu arbeiten, Fragen zu diskutieren und spannende Projekte von anderen kennenzulernen.

Weitere Fachpersonen sind in der Fachgruppe willkommen und können gerne dem Gruppenchat beitreten. Interessierte melden sich mit einer Nachricht an fg.medien@doj.ch.



doj.ch/fachgruppen



Barcamp Soziokultur und digitaler Wandel
#Skamp26, am 5. November in Bern:
doj.ch/veranstaltungen



FACHGRUPPE
.MOBILE JUGENDARBEIT.
DOJ

Patrik Kaspar, Mitglied der Fachgruppe

Dreimal jährlich finden offene Treffen zu ausgewählten Themen, die das Arbeitsfeld der Mobilen Jugendarbeit betreffen, statt. Diese bieten neben inhaltlichem Austausch auch die Möglichkeit sich zu vernetzen und gemeinsam zu reflektieren, was gerade für Fachstellen der OKJA mit wenig Ressourcen für die Mobile Jugendarbeit interessant ist. An den Treffen beleuchtet die Fachgruppe Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Praxis von ländlichen und städtischen Regionen sowie von kleinen und grossen Organisationen.

Damit diese Treffen sowie die fachliche Entwicklung des Arbeitsfeldes stattfinden können, braucht es engagierte Fachpersonen aus der Mobilen Jugendarbeit, welche sich in der Steuergruppe der Fachgruppe einbringen. Aufgrund von Abgängen braucht die Fachgruppe neue Kolleg*innen, welche die Fachgruppe mitgestalten möchten, sehr gerne auch Personen aus der Westschweiz oder der italienischsprachigen Schweiz.



doj.ch/fachgruppen



Termine der offenen Treffen der DOJ-Fachgruppen:
doj.ch/veranstaltungen



L'AFAJ a actuellement huit groupes de travail thématiques, qui se penchent sur des questions théoriques et pratiques concernant les champs d'activité de l'animation socioculturelle (ASC) enfance et jeunesse. Ils échangent, proposent parfois des événements et élaborent des fondements théoriques et méthodologiques. Les personnes souhaitant faire partie d'un groupe de travail ou en créer un sont priées d'écrire à welcome@doj.ch.

GRUPE DE TRAVAIL
**.MÉDIAS NUMÉRIQUES
& INFO JEUNESSE.**
AFAJ

Manuela Lutz, co-coordinatrice

Le groupe de travail se réunit trois à quatre fois par an pour échanger sur les derniers développements dans le domaine des médias numériques et de l'info jeunesse. Lors de ces rencontres, les professionnel-le-s mettent en commun leurs connaissances et s'appuient sur leur réseau pour répondre aux questions soumises au groupe de travail. Des thèmes de travail importants cette année sont la révision du guide « Digitale Medien in der OKJA » (n.d.l.t. : « Médias numériques dans l'ASC enfance et jeunesse », disponible à l'avenir également en français) et le débat autour de l'interdiction des médias sociaux.

En outre, le groupe de travail planifie et organise régulièrement des projets d'échange et de mise en réseau. Il se réjouit d'être à nouveau cette année un partenaire actif du « Barcamp Soziokultur und digitaler Wandel #Skamp26 » de l'association Radarstation : le 5 novembre 2026, des personnes intéressées de toute la Suisse se réuniront à Berne afin de développer ensemble des idées, discuter de questions et découvrir des projets passionnants d'autres acteur-trice-s.

Le groupe de travail accueille volontiers d'autres professionnel-le-s, tant en son sein que dans son canal de discussion. Les personnes intéressées sont invitées à s'annoncer en écrivant un courriel à fg.medien@doj.ch.



doj.ch/groupe-de-travail

GRUPE DE TRAVAIL
**.ANIMATION JEUNESSE
HORS MURS.**
AFAJ

Patrik Kaspar, membre du groupe de travail

Trois fois par an, des rencontres ouvertes ont lieu sur des thèmes liés à l'ASC jeunesse hors murs. Elles sont l'occasion d'avoir non seulement des échanges spécialisés, mais aussi de réseauter et de mener ensemble une réflexion sur les éléments particulièrement intéressants pour les structures d'ASC enfance et jeunesse disposant de peu de ressources pour l'ASC jeunesse hors murs. Lors de ces rencontres, le groupe de travail met en lumière les points communs et les différences au niveau de la pratique dans les régions rurales et urbaines ainsi que dans les petites et grandes organisations.

Pour que ces rencontres puissent avoir lieu et que le développement spécialisé du champ professionnel continue, il faut des professionnel-le-s engagé-e-s issu-e-s de l'ASC jeunesse hors murs qui s'engagent au sein du comité de pilotage du groupe de travail. En raison de départs, le groupe de travail a besoin de nouvelles personnes souhaitant contribuer à son évolution, volontiers aussi de Suisse romande ou de la Suisse italienne.



doj.ch/groupe-de-travail



Date des réunions ouvertes des groupes de travail de l'AFAJ : doj.ch/evenements



Attualmente, sotto l'egida dell'ASAG operano otto gruppi di lavoro tematici. Questi si occupano di questioni teoriche e pratiche relative ai campi di attività dell'animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù. I gruppi condividono idee, talvolta organizzano eventi e redigono basi professionali.

Le persone interessate a far parte di un gruppo di lavoro o a crearne uno nuovo possono contattarci via welcome@doj.ch.

GRUPPO DI LAVORO

.MEDIA DIGITALI & INFORMAZIONE GIOVANILE.

ASAG

Manuela Lutz, co-coordinatrice

Il gruppo di lavoro si riunisce tre o quattro volte all'anno per confrontarsi sugli sviluppi più recenti nell'ambito dei media digitali e dell'informazione giovanile. Durante gli incontri, le professioniste e i professionisti mettono in comune le proprie conoscenze e si avvalgono della loro rete per rispondere alle domande rivolte al gruppo. Quest'anno, il gruppo si occupa in particolare della revisione della guida «Digitale Medien in der OKJA» (n.d.t.: «Media digitali nell'animazione socioculturale infanzia e gioventù», prossimamente disponibile anche in italiano) e del dibattito sui divieti dei social media.

Il gruppo organizza regolarmente progetti volti a favorire lo scambio e la creazione di reti. È inoltre lieto di partecipare nuovamente come partner attivo al «Barcamp Soziokultur und digitaler Wandel #Skamp26» dell'associazione Radarstation. Il 5 novembre 2026, persone interessate provenienti da tutta la Svizzera si incontreranno a Berna per sviluppare idee, discutere questioni e conoscere progetti interessanti.

Altre professioniste e altri professionisti sono i benvenuti e possono unirsi alla chat del gruppo. Le persone interessate possono scrivere a fg.medien@doj.ch.



doj.ch/gruppi-di-lavoro

GRUPPO DI LAVORO

.ANIMAZIONE SOCIOCULTURALE GIOVANILE MOBILE.

ASAG

Patrik Kaspar, membro del gruppo di lavoro

Tre volte all'anno si tengono incontri tematici aperti dedicati a temi specifici dell'animazione socioculturale giovanile mobile. Oltre allo scambio sui contenuti, offrono l'opportunità di creare contatti e riflettere insieme sulla pratica professionale. Sono particolarmente interessanti per i centri che dispongono di risorse limitate per l'animazione socioculturale giovanile mobile. Nel gruppo di lavoro si confrontano inoltre le pratiche in uso nelle regioni rurali e urbane e nelle organizzazioni di piccole e grandi dimensioni, mettendo in luce analogie e differenze.

Per garantire la continuità di questi incontri e promuovere lo sviluppo professionale di questo ambito di attività, servono professioniste e professionisti dell'animazione socioculturale giovanile mobile disposti a impegnarsi attivamente nel coordinamento. In seguito ad alcune partenze, il gruppo cerca nuove colleghe e nuovi colleghi disposti a dare il proprio contributo. Sono benvenute le persone provenienti dalla Svizzera romanda o italiana.



doj.ch/gruppi-di-lavoro



Date degli incontri dei gruppi di lavoro:
doj.ch/manifestazioni



PILOTGEMEINDEN FÜR KINDER- UND JUGENDBETEILIGUNG GESUCHT

Wie erleben Kinder und Jugendliche ihre Gemeinde und wie soll diese sich entwickeln? Der DOJ sucht **fünf Pilotgemeinden**, die junge Menschen an einem konkreten **Planungsprozess** beteiligen möchten. Geeignet sind etwa Ortsplanungsrevisionen, Quartierentwicklungen sowie Freiraum- oder Verkehrsplanungen. Voraussetzung ist, dass die Anliegen der Kinder und Jugendlichen partizipativ in die weitere Planung einfließen können.

Dauer Pilotphase: **Anfang 2028 bis Frühling 2029**. Die Gemeinden erhalten **Hilfsmittel, fachliche Begleitung** und Gelegenheit zum **Austausch** mit anderen Pilotgemeinden.

CHERCHONS COMMUNES PILOTES POUR FAIRE PARTICIPER LES ENFANTS ET LES JEUNES

Comment est-ce que les enfants et les jeunes perçoivent leur commune et comment est-ce qu'elle devrait évoluer ? L'AFAJ recherche **cinq communes pilotes** souhaitant permettre aux enfants et aux jeunes de participer à un **processus concret de planification**. Il peut s'agir d'une révision du plan d'aménagement local ou de la planification des espaces libres ou du trafic. La condition à remplir est que les demandes et les préoccupations des enfants et des jeunes soient prises en compte de manière participative dans la suite du processus de planification.

Durée de la phase pilote : **de début 2028 au printemps 2029**. Les communes bénéficient d'**outils**, d'un **accompagnement spécialisé** et d'**échanges** avec les autres communes pilotes.

Interesse? Kilian Koch, Projektleiter DOJ, freut sich über eine Nachricht.
kilian.koch@doj.ch



Intéressé-e-s ? Kilian Koch, responsable de projet AFAJ, se réjouit de lire vos messages.
kilian.koch@doj.ch

Mehr zum Projekt
doj.ch/projekte



Plus d'infos sur le projet
doj.ch/projets



DOJ • AFAJ • ASAG

.STREET SOCCER CUP.

Foto: DOJ, David Fürst



STRASSENFUSSBALL FÜR ALLE – TURNIER FÜR 2027 PLANEN!

Ein Ball, viele Begegnungen und Fairplay auf dem Platz: Der Street Soccer Cup bringt Kinder und Jugendliche zusammen. OKJA-Fachstellen aus der ganzen Schweiz können ab sofort Turniere für 2027 planen.

Jetzt über das Formular pro Region auf doj.ch/streetsoccercup eine Anlage sichern und loslegen!



DU FOOTBALL DE RUE POUR TOU·TE·S – PLANIFIER UN TOURNOI POUR 2027 !

Un ballon, de nombreuses rencontres et du fair-play sur le terrain : la Street Soccer Cup rassemble les enfants et les jeunes. Les structures d'animation socioculturelle enfance et jeunesse de toute la Suisse peuvent dès à présent planifier des tournois pour 2027.

Dès maintenant, réservez une installation via le formulaire sur doj.ch/streetsoccercup et lancez-vous !



CALCIO DI STRADA PER TUTTE E TUTTI – ORGANIZZARE UN TORNEO PER IL 2027!

Un pallone, tanti incontri e fair play in campo: la Street Soccer Cup riunisce bambine, bambini e giovani. I centri di animazione socioculturale dell'infanzia e della gioventù di tutta la Svizzera possono iniziare fin da ora a organizzare tornei per il 2027.

Prenotate un campo mobile tramite il formulario su doj.ch/streetsoccercup e date il via al gioco!



Alles Wissen in der
Offenen Jugendarbeit

www.oja-wissen.info

Pavillonweg 3, 3012 Bern
 031 300 20 55
welcome@doj.ch
doj.ch

Impressum

Bern, Oktober 2026

Redaktion / Rédaction / Redazione:

Giorgia Bertocchi, Luca Beti, Marilène Broglie,
 Carmen Fuhrer, Pablo Sulzer, Noëmi Wertenschlag
infoanimation@doj.ch

Übersetzungen / Traductions / Traduzioni:

Marilène Broglie, Natascha Nota

Gestaltung / Mise en page / Grafica:

starwish.ch

Titelbild / Photo de couverture / Foto di copertina:

DOJ, David Bieli

Druck / Impression / Stampa:

Gasser Mediaprint GmbH, Belp

InfoAnimation ist die Fachzeitschrift des Dachverbands Offene Kinder- und Jugendarbeit Schweiz (DOJ). Sie erscheint dreimal jährlich mit thematischen Ausgaben. Kollektiv- und Anschlussmitglieder des DOJ erhalten die Fachzeitschrift kostenlos. Für Abonnemente gilt ein Richtpreis von CHF 50.– pro Jahr. Alle Ausgaben sowie Informationen zu Abonnement und Inserate/Beilagen finden sich auf doj.ch/infoanimation.

InfoAnimation est la revue spécialisée de l'Association faitière suisse pour l'animation socioculturelle enfance et jeunesse (AFAJ). Elle paraît trois fois par année, chaque numéro étant consacré à un sujet particulier. Les membres collectifs et affiliés de l'AFAJ reçoivent la revue gratuitement. Tous les numéros ainsi que les informations sur les abonnements et les annonces/encarts se trouvent sur doj.ch/infoanimation.

InfoAnimazione è la rivista dell'Associazione mantello svizzera animazione socioculturale infanzia e gioventù, pubblicata tre volte all'anno con numeri tematici. I membri collettivi e i membri affiliati dell'ASAG ottengono la pubblicazione gratuitamente. Tutte le edizioni nonché le informazioni sugli abbonamenti e le inserzioni/gli allegati si trovano su doj.ch/infoanimation.

Die einzelnen Artikel geben die Auffassung der Autor*innen wieder und entsprechen nicht notwendigerweise der Meinung des DOJ.

Les différents articles représentent le point de vue des auteur-trice-s et ne correspondent pas forcément à l'avis de l'AFAJ.

I singoli articoli riflettono le opinioni degli autori e delle autrici e non necessariamente quelle dell'ASAG.

EURODESK.CH – JUGEND- MOBILITÄT NEU ENTDECKEN

**Frisch • pfffig • voller konkreter
Möglichkeiten**

Ob Sprachaufenthalt, Freiwilligen-einsatz oder Jugendaustausch: Die neu gestaltete Webseite eurodesk.ch bietet Jugendlichen und Jugendarbeiter*innen viel **Information zu Austausch- und Reisemöglichkeiten** in der Schweiz und in Europa sowie **konkrete Angebote** zum Durchstöbern.

eurodesk.ch



EURODESK.CH – REDÉCOUVRIR LA MOBILITÉ DES JEUNES

**Nouveau • dynamique • riche
en possibilités concrètes**

Séjour linguistique, volontariat ou échange entre jeunes : le site eurodesk.ch, entièrement repensé, propose aux jeunes et aux animateur-trice-s jeunesse de nombreuses **informations sur les possibilités de séjour et de voyage** en Suisse et en Europe, ainsi que des **offres concrètes** à explorer.

eurodesk.ch



EURODESK.CH – RISCOPRIRE LA MOBILITÀ GIOVANILE

**Nuovo • dinamico • ricco di
opportunità concrete**

Soggiorni linguistici, volontariato o scambi tra giovani: il sito eurodesk.ch, completamente rinnovato, offre ai e alle giovani e agli animatori e alle animatrici socioculturali infanzia e gioventù numerose **informazioni sulle possibilità di scambio e di viaggio** in Svizzera e in Europa, oltre a **opportunità concrete** da esplorare.

eurodesk.ch

