

Comunicato stampa del 15 dicembre 2020

ZHAW Dipartimento di Psicologia Applicata in cooperazione con Swisscom

Studio JAMES: l'uso di internet si sposta sempre più su smartphone

Rispetto a due anni fa, i giovani in Svizzera fanno un maggiore utilizzo del cellulare durante la settimana e soprattutto nei fine settimana: lo dimostra lo studio JAMES 2020 della ZHAW e di Swisscom. Il cellulare è usato per lo più per chattare, navigare o per i social network. Fra questi, i più popolari sono *Instagram*, *Snapchat* e ora *TikTok*. Il problema è che sempre più giovani vengono molestati sessualmente online.

Nel 2020 la vita mediatica quotidiana dei giovani in Svizzera è stata fortemente influenzata dall'uso del cellulare e di internet. Il tempo di utilizzo del cellulare, stimato dagli stessi giovani utenti, è aumentato notevolmente negli ultimi due anni: nel fine settimana è stato pari a circa cinque ore, ossia quasi due ore in più rispetto al 2018, e durante la settimana il cellulare è usato per più di tre ore al giorno, ovvero 40 minuti in più rispetto al 2018. L'uso di internet, invece, è diminuito. Valutati insieme, il tempo trascorso su internet e con il cellulare rimane stabile durante la settimana. Nel fine settimana vi è un netto aumento di un'ora. È quanto evidenzia l'attuale studio JAMES che è stato condotto su un migliaio di giovani in età compresa tra i 12 e i 19 anni. Secondo i ricercatori della ZHAW, il fatto che quest'anno il sondaggio si sia svolto in parte durante il lockdown può aver influenzato i risultati sull'uso dei media. «Durante il lockdown, i giovani sono stati costretti a casa per lungo tempo e per questo motivo hanno utilizzato il cellulare in modo ancora più intenso», spiega il ricercatore della ZHAW e direttore dello studio Daniel Süss, che ha eseguito lo studio JAMES insieme al co-responsabile di progetto Gregor Waller e al suo team. Inoltre, l'uso di internet si sta sempre più spostando sui telefoni cellulari.

Le ragazze comunicano, i ragazzi giocano

Il cellulare è usato per lo più per servizi di messaggistica, social network o per navigare. Poiché tutto questo avviene su internet, è quasi impossibile separare l'uso del cellulare da quello di internet. Rispetto al passato, i giovani hanno usato il cellulare più spesso anche per guardare la televisione o serie televisive. Si osservano differenze nell'utilizzo tra i due sessi: le ragazze usano il cellulare più per comunicare nei social network o tramite messaggi vocali. Inoltre, ascoltano più spesso la musica e fanno più foto. Per i ragazzi, sono più importanti i giochi e i video online. I giochi preferiti sono rimasti praticamente gli stessi: dal 2010 vanno per la maggiore *Call of Duty*, *FIFA* e *Grand Theft Auto*. *Minecraft* e *Fortnite* si sono aggiunti in un secondo momento. Il problema è che quasi un quarto dei minorenni dichiara di giocare regolarmente a giochi non ammessi per la loro età. I ricercatori consigliano agli adulti di avvicinarsi al mondo dei videogiochi e di provare anche a giocare. Questo li aiuterebbe a capire meglio il fascino che questo hobby esercita sui loro figli e li aiuterebbe a proteggerli e a sostenerli nella gestione responsabile di questa attività.

Il successo di *TikTok* e il flop di *Facebook*

Oltre al telefono cellulare, anche la musica e i social network svolgono un ruolo centrale nella vita dei giovani. Il 90% degli adolescenti intervistati ha un profilo su *Instagram* e *Snapchat*. *TikTok* è diventato



sempre più popolare negli ultimi due anni: tre quarti dei giovani d'oggi hanno un account *TikTok* (2018: 37%). C'è stato un grande cambiamento per quanto riguarda *Facebook*: se nel 2014 era ancora il più popolare (79%), nel 2020 è utilizzato regolarmente solo dal 14% dei ragazzi in età compresa tra 12 e 19 anni. Circa un quarto dei giovani è iscritto a *Tinder*, ma solo pochi di loro lo usano regolarmente. Sui social network l'attività principale dei giovani è guardare i post degli altri e usare la funzione «like». Amano anche chattare, ossia scambiare messaggi personali su queste piattaforme.

Tuttavia, i giovani sono meno attenti di prima a proteggere la loro privacy sui social network usando correttamente le impostazioni tecniche. Se nel 2014 era ancora l'81%, oggi solo il 66% usa le impostazioni della privacy per proteggere la propria sfera personale. I ricercatori della ZHAW sospettano che il tipo di social network svolga in questo caso un ruolo fondamentale. «Con piattaforme come *Instagram* e *Snapchat* è importante raccogliere un numero considerevole di like», spiega Gregor Waller. «Limitando la loro privacy, i giovani sono meno visibili e restringono la platea di contatti. Tutto questo limita le possibilità di ottenere like».

Sempre meno giovani leggono il giornale

Negli ultimi dieci anni, l'offerta tradizionale dei media giornalistici ha perso sempre più terreno. I giovani leggono sempre meno giornali e riviste, sia online che su carta stampata. I giovani si informano sui motori di ricerca, i social network e i portali video. Le stesse piattaforme sono spesso utilizzate anche per l'intrattenimento.

Anche radio o televisione (TV 2010: 8%; 2020: 64%) sono utilizzate sempre meno regolarmente. Rimangono invece costanti i videogiochi e la lettura di libri, con una media rispettivamente del 34% e 23% degli intervistati che vi si dedica ogni giorno o più volte alla settimana (2010): 32% e 26% rispettivamente). Nella vita quotidiana dei giovani acquistano sempre più importanza le foto e i video. «I contenuti visivi sono una parte importante della rappresentazione di sé nei servizi di messaggistica e nei social network», spiega Waller. Questo è particolarmente evidente nel caso delle ragazze: l'86% produce spesso materiale fotografico digitale, rispetto al 62% dei ragazzi. «Le immagini vengono poi diffuse attraverso i social network e valutate da gruppi di pari sotto forma di commenti e like». «Questo è un aspetto importante nello sviluppo dell'identità di genere», conclude Waller. I ragazzi si dedicano invece più volentieri ai videogiochi. Due terzi dei ragazzi riconosce di giocare regolarmente, mentre solo una ragazza su dieci ammette di farlo. I ricercatori presumono che i ragazzi esprimano in tal modo la loro competitività o possano orientarsi verso modelli maschili.

Continuano a crescere i servizi di streaming

Si rileva un cambiamento significativo nell'uso dei servizi di streaming orientati all'intrattenimento: tre quarti delle famiglie con adolescenti ha ora un abbonamento come *Netflix* per lo streaming di film e serie televisive (2016: 38%). Sono aumentati in modo significativo anche gli abbonamenti flat per la musica in streaming (2016: 29%; 2020: 59%) e per il gaming (2016: 12%; 2020: 38%), continuando una tendenza che si era già manifestata nel 2016. Anche in questo caso, le restrizioni legate alla pandemia di Covid-19 potrebbero aver contribuito all'aumento della diffusione. «Il periodo di lockdown è stato stressante per i giovani», afferma Süss. «Probabilmente hanno fatto maggiore ricorso alle offerte di servizi di streaming per distrarsi o per sfuggire a una realtà che li opprimeva».



Importanza maggiore della famiglia

Un'ulteriore tendenza è riscontrabile nell'organizzazione del tempo libero non legata ai media. Rispetto al 2010, i ragazzi tra i 12 e i 19 anni fanno più spesso qualcosa in famiglia (2010: 16%; 2020: 29% quotidianamente/diverse volte a settimana), ma incontrano meno gli amici (2010: 81%; 2020: 62%). I ricercatori della ZHAW sospettano che la pandemia di Covid-19 abbia ulteriormente rafforzato la tendenza sociale chiamata «Social Cocooning». Al tempo stesso, però, tale sviluppo corrisponderebbe anche a una tendenza a più lungo termine che si è già manifestata negli ultimi quattro anni. Si registra tendenzialmente anche un aumento di attività creative come la musica, la pittura o il bricolage, che può essere parimenti ricondotto alle restrizioni legate al coronavirus. Come negli anni precedenti, molti giovani fanno regolarmente sport o amano anche non fare niente.

Aumento delle molestie sessuali

Un quarto dei giovani ha già avuto esperienze di cyber mobbing. Tra i dodicenni e i tredicenni, questa esperienza è toccata a un ragazzo o a una ragazza su dieci. Le ragazze subiscono episodi di cyber mobbing con una frequenza leggermente maggiore dei ragazzi. Ancora più spesso del cyber mobbing, i giovani sono vittime di molestie sessuali su internet: quasi la metà dei giovani (44%) è già stata contattata in internet da una persona estranea con richieste sessuali indesiderate. Dal 2014 questo numero è aumentato in modo significativo (2014: 19%). Le ragazze sono più frequentemente colpite rispetto ai ragazzi (55% contro il 28%). «Naturalmente, a questa età gli adolescenti sono particolarmente attratti da contenuti sessuali. Tuttavia è una cosa del tutto diversa essere costretti ad affrontare una situazione a sfondo sessuale», afferma Michael In Albon, incaricato di Swisscom della protezione dei giovani dai media. L'aumento considerevole delle molestie è dovuto anche alla banalizzazione dei contenuti a sfondo sessuale su internet. «Le nostre esperienze acquisite dai corsi sui media sono in linea con queste cifre e denotano la necessità di sensibilizzare i giovani, da un lato, e i genitori e gli insegnanti, dall'altro», sostiene In Albon. Inoltre, sarebbe opportuno indicare ai giovani possibili strategie comportamentali. «Prendere le distanze, dire di no, bloccare il mittente e parlare apertamente dell'accaduto con persone di riferimento» sono elementi importanti in questo contesto.

In proporzione, con l'aumento dell'età dei ragazzi crescono anche le loro esperienze con la pornografia e il sexting. La metà dei diciottenni e diciannovenni intervistati ha già guardato contenuti pornografici sul cellulare o sul computer o ha ricevuto immagini erotiche da altri. L'interesse per contenuti erotici e sessuali fa parte del processo di diventare adulti e di sviluppo della propria sessualità. Secondo i ricercatori, tuttavia, può anche essere problematico, poiché certi contenuti pornografici possono trasmettere un'immagine falsa o unilaterale della sessualità e a volte possono essere inquietanti. Anche le pose provocanti ed erotiche possono essere abusate e svolgere un ruolo nel cyber mobbing e nelle molestie sessuali.



**Psicologia
Applicata**

Studio JAMES

Lo studio JAMES fornisce un ritratto dell'utilizzo dei media da parte dei giovani in Svizzera. JAMES è l'acronimo di «Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz» (Giovani, attività, media - rilevamento Svizzera) e il relativo studio viene svolto ogni due anni. Dal 2010, su incarico di Swisscom, l'Università di scienze applicate di Zurigo (ZHAW) intervista in questo studio rappresentativo oltre 1000 giovani di età compresa tra i 12 e i 19 anni nelle tre principali regioni linguistiche della Svizzera riguardo alle loro abitudini di utilizzo dei media e del tempo libero.

La sesta edizione del 2020 consente di tracciare un quadro dell'utilizzo dei media lungo un intero decennio. Nel 2021 sarà pubblicata un'edizione speciale per l'anniversario, con le tendenze e i risultati degli ultimi 10 anni. Il sondaggio JAMES di quest'anno si è svolto durante il lockdown causato dall'emergenza di Covid-19 ed è stato condotto in modalità online a seguito della chiusura delle scuole. I risultati vanno, quindi, interpretati alla luce del contesto in cui sono stati raccolti i dati.

Dipartimento di Psicologia Applicata della ZHAW

Il Dipartimento di Psicologia Applicata della ZHAW è il centro di competenza leader in Svizzera per la psicologia applicata fondata su basi scientifiche. È composto dall'Istituto di Psicologia e dall'Istituto di Psicologia Applicata (IAP). Il ciclo di studi di Bachelor e Master, il settore di Ricerca & Sviluppo e l'offerta di consulenza e perfezionamento professionale consentono a persone e aziende di tradurre in pratica, nella vita o sul lavoro, un ricco bagaglio di conoscenze scientifiche. www.zhaw.ch/psychologie

Swisscom è partner di cooperazione della ZHAW

L'uso dei media su svariati terminali è oggi parte integrante della quotidianità dei giovani. La competenza mediatica e la tutela dei minori dai rischi dei media sono diventate competenze culturali al pari della lettura e della matematica. Swisscom s'impegna dal 2001 nell'istruzione: oltre 6000 scuole svizzere usufruiscono dell'offerta «Scuole in internet», ogni anno degli esperti di media si recano in più di 30'000 scuole e incontrano genitori e personale docente per promuovere la competenza mediatica. Nell'ambito del lancio sul mercato del settore degli eSport, Swisscom attribuisce grande importanza all'accompagnamento di bambini e ragazzi nell'utilizzo dei media e mette a disposizione una grande quantità di materiale informativo. Swisscom è la committente dello studio JAMES, che viene svolto a cadenza biennale dalla ZHAW.

Per ulteriori informazioni:

www.zhaw.ch/psychologie/james

https://www.swisscom.ch/it/about/sostenibilita/james.html?campID=shortcut_james

#jamesstudie2020

Contatti:

ZHAW Psicologia Applicata, +41 58 934 84 08, tanja.vonrotz@zhaw.ch

A eventuali richieste in francese e italiano sarà data risposta in inglese.



**Psicologia
Applicata**

Swisscom SA, Servizio stampa, 3050 Berna, +41 58 221 98 04, media@swisscom.com