



Comunicato stampa del 24 novembre 2022

Dipartimento di Psicologia applicata ZHAW in cooperazione con Swisscom

Sono le ragazze a determinare le tendenze nei social network

Sui social network più diffusi, i temi di tendenza sono dettati dalle ragazze. A confermarlo è lo studio JAMES 2022 condotto dalla ZHAW e da Swisscom, secondo cui le ragazze arrivano sui nuovi social network prima dei ragazzi. Da parte loro, i ragazzi praticano più spesso il gaming, in particolare se gratuito. Inoltre, i giovani di oggi hanno meno amicizie rispetto a dieci anni fa, ma di maggior qualità. Gli elementi problematici sono la minore attenzione prestata alla protezione dei dati e l'ulteriore diffusione delle molestie sessuali.

Arrivando sui nuovi social network prima dei ragazzi, le ragazze si affermano come «trend setter» del mondo digitale. Oggi sono molto più presenti su TikTok e su Pinterest, mentre nel 2014 la stessa prevalenza si registrava su Instagram. È quanto emerge dallo studio JAMES, organizzato ogni due anni intervistando 1000 giovani di età compresa fra 12 e 19 anni. «Se questa tendenza proseguirà, in futuro potremo indagare il rapporto tra ragazze e social network e prenderlo a riferimento per l'intera fascia d'età adolescenziale», dichiara Gregor Waller, ricercatore della ZHAW e co-direttore dello studio.

TikTok prosegue la sua ascesa

I social network sono ancora tra gli strumenti digitali più importanti nella vita dei giovani svizzeri. Quasi tutti utilizzano WhatsApp per comunicare (nel 97 per cento dei casi almeno più di una volta a settimana). I social network più popolari si confermano essere Instagram (81 per cento) e Snapchat (76 per cento), la cui diffusione è rimasta stabile negli anni. Una crescita rapidissima è invece quella di TikTok: il 67 per cento dei giovani visita regolarmente la piattaforma (nel 2018 erano l'8%), con le ragazze a farne un uso più frequente dei ragazzi. Per contro, gli adolescenti sono praticamente scomparsi da Facebook: solo il 5 per cento usa questo social network ogni giorno o più volte a settimana (nel 2014 erano il 79%).

Le attività svolte sui social network sono rimaste invariate. La più frequente rimane leggere regolarmente i post delle altre persone (56%) e mettere Mi piace (55%) oppure scrivere messaggi personali in chat (57%). Molto più rara è la pubblicazione di propri post, che in ogni caso si limita perlopiù a storie o snap di durata limitata.



I giochi gratuiti spopolano

I videogiochi si confermano un passatempo diffuso: il 79 per cento gioca almeno occasionalmente, con una frequenza nettamente maggiore tra i ragazzi (93%) che tra le ragazze (65). Rispetto agli anni scorsi, però, il numero di ragazze che ha dimestichezza con i videogame è aumentato. Inoltre, la diffusione di questa pratica sembra diminuire con l'età anche all'interno del periodo adolescenziale. I giochi più utilizzati sono quelli gratuiti (60%). I videogiochi a pagamento vengono invece utilizzati solo dal 35 per cento.

Per la ricercatrice della ZHAW e co-autrice Lilian Suter si tratta di un fatto problematico: «Spesso i giochi free-to-play non sono davvero gratuiti, perché chi gioca viene inondato di pubblicità oppure paga con i propri dati.» In molti casi, osserva la ricercatrice, gli acquisti in-game sono indispensabili per avanzare nel gioco. Il numero di giovani che effettuano regolarmente acquisti in-game è più che raddoppiato in due anni, passando dal 3 all'8 per cento di quest'anno. Il 23% dei giovani gamer afferma di ignorare regolarmente l'età raccomandata per giocare.

Più varietà nel tempo libero

Una fetta consistente dei giovani svizzeri si incontra regolarmente con gli amici nel tempo libero (70%). Rispetto agli anni scorsi, però, il numero di amicizie è risultato in diminuzione. I giovani intervistati nel 2022 si vedono regolarmente con cinque amici, mentre nel 2012 erano ancora sette.

Secondo Gregor Waller, questo risultato dimostra che prosegue il trend chiamato «social cocooning». «I giovani incontrano meno amici rispetto a qualche anno fa. Tuttavia, se è vero che gli adolescenti praticano una sorta di "minimalismo relazionale", ossia mettono la qualità prima della quantità, al contempo si può dire che le amicizie sono complessivamente migliori.»

In generale, nel corso degli anni le attività svolte dai giovani nel tempo libero stanno diventando sempre più individuali e diversificate. Il loro catalogo è ormai amplissimo e spazia da guardare la TV o i film a fare sport, da ascoltare musica a giocare ai videogiochi passando per attività manuali e creative come disegnare o dipingere e stare all'aperto nella natura. Anche la lista dei generi musicali preferiti dai giovani è molto lunga. Per dare conto di questa diversità musicale, i ricercatori della ZHAW hanno creato per la prima volta tre playlist (link in fondo al comunicato) con le canzoni dei 20 gruppi o cantanti più amati nella Svizzera tedesca, in Romandia e in Ticino.

La protezione dei giovani dai media è una nota dolente

La diffusione delle molestie sessuali su internet e anche del cybermobbing ha registrato un ulteriore aumento: quasi metà dei giovani ha già subito molestie sessuali online almeno una volta. Nel 2014 lo riferiva solo il 19 per cento. Anche gli insulti su internet sono aumentati di quasi dieci punti percentuali nel corso degli anni. Le ragazze rimangono vittime delle molestie sessuali con una frequenza nettamente maggiore rispetto ai ragazzi



(60% vs. 33%). A quasi metà delle ragazze è già capitato che una persona sconosciuta chiedesse loro di spedire una propria foto a sfondo sessuale.

I ricercatori della ZHAW ritengono che sia necessario intervenire con urgenza. «Le molestie sessuali e il cybermobbing nei confronti dei giovani sono violazioni della sfera intima e privata che si verificano in una fase sensibile dello sviluppo personale e sessuale», afferma il co-direttore dello studio Daniel Süss. Per questo rimane necessario proporre una gamma ampia e approfondita di misure e offerte di pedagogia dei media per rafforzare le autodifese digitali. Anche Michael In Albon, incaricato della protezione dei giovani dai media di Swisscom, non usa mezzi termini: «Sono comportamenti intollerabili. Abbiamo deciso di dare più spazio a questo tema nei nostri corsi sui media nelle scuole, ma naturalmente anche i genitori devono prestare una maggiore attenzione al problema e assumersi le proprie responsabilità nell'educazione dei figli. Nessun genitore lascerebbe che i propri figli attraversino la strada da soli: ebbene, lo stesso devono fare anche su internet.»

Protezione dei dati e privacy diventano più complesse

I giovani di oggi prestano meno attenzione alla protezione della privacy in rete: se 10 anni fa ancora l'84 per cento affermava di aver attivato impostazioni di protezione sui social network, oggi lo fa solo il 60 per cento. Il timore che altre persone possano vedere informazioni personali online è ulteriormente calato (dal 38% del 2012 al 28% del 2022). Al contempo, però, la maggior parte dei giovani è tendenzialmente prudente sui social network e rivela poco di sé pubblicamente. «La protezione dei dati e la privacy in rete sono temi in evoluzione che stanno diventando sempre più complessi», afferma Lilian Suter. Se agli albori dei social network le indicazioni riguardavano principalmente quali informazioni o foto non condividere pubblicamente, oggi l'attenzione è concentrata su questioni come cookie, algoritmi o cifratura end-to-end, che mettono i giovani di fronte a sfide supplementari.

Download e ulteriori informazioni

- [Studio JAMES 2022](#)
- www.zhaw.ch/psychologie/james
- www.swisscom.ch/james
- Hashtag ufficiale: #jamesstudie2022
- Link alle playlist su Spotify con la musica più ascoltata dai giovani
 - [La Top 75 generale](#)
 - [La Top 20 della Svizzera tedesca](#)
 - [La Top 20 del Ticino](#)
 - [La Top 20 della Romandia](#)



Contatti

- Tanja von Rotz, Comunicazione, ZHAW Psicologia applicata, tel. 058 934 84 08, e-mail tanja.vonrotz@zhaw.ch
- Swisscom SA, Ufficio stampa, 3050 Berna, tel. 058 221 98 04, e-mail media@swisscom.com

Studio nazionale sull'utilizzo dei media tra i giovani

Lo studio JAMES punta i riflettori sul rapporto tra media e giovani in Svizzera. JAMES è l'acronimo di «Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz» (Gioventù, Attività, Media – Indagine Svizzera). Condotta ogni due anni dal 2010, questo studio rappresentativo mira a indagare le abitudini dei giovani nel tempo libero e con i media. Su incarico di Swisscom, la Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (Scuola Universitaria di Scienze Applicate di Zurigo) ha intervistato 1000 giovani di età compresa fra 12 e 19 anni nelle tre grandi regioni linguistiche della Svizzera.

Dipartimento di Psicologia applicata della ZHAW

Il Dipartimento di Psicologia applicata della ZHAW è il principale centro di competenze svizzero per gli studi di psicologia applicata secondo criteri scientifici. Si compone dell'Istituto psicologico e dell'Istituto di psicologia applicata IAP. Il percorso di studi per bachelor e master, l'attività di ricerca e sviluppo nonché l'offerta di consulenza e formazione continua permettono alle persone e alle imprese di fruire delle conoscenze scientifiche del Dipartimento nella loro vita privata e lavorativa. www.zhaw.ch/psychologie

Swisscom, partner di cooperazione della ZHAW

L'utilizzo dei media su diversi terminali fa ormai parte della vita quotidiana dei giovani. La competenza mediatica e la protezione dei giovani dai media sono da annoverare tra le competenze culturali tanto quanto leggere o fare di conto. Swisscom si impegna nel campo dell'istruzione dal 2001: oltre 6000 scuole svizzere beneficiano dell'offerta «Scuole in internet», mentre ogni anno oltre 30 000 scolari, genitori e docenti incontrano esperti di media per rafforzare la propria competenza mediatica. Con il suo ingresso nel mercato degli e-sport, Swisscom attribuisce grande valore all'accompagnamento di bambini e giovani nel mondo dei media e mette a disposizione diversi materiali informativi. Swisscom è committente dello studio JAMES, condotto dalla ZHAW con cadenza biennale.

www.swisscom.com/campus