

Studio JAMES: I giovani trascorrono sempre più tempo online

I giovani svizzeri trascorrono mediamente il 25 per cento di tempo in più online sia su smartphone, tablet sia su altri dispositivi rispetto a soli due anni fa. Lo conferma lo studio JAMES 2016 condotto da ZHAW e Swisscom. In rete si guardano spesso video su YouTube o Netflix, ma si utilizzano anche attivamente i social network. Instagram e Snapchat per la prima volta hanno scalzato Facebook dalla vetta della classifica dei social network più utilizzati.

Dal primo rilevamento JAMES condotto nel 2010 il tempo che i giovani trascorrono online è aumentato di mezz'ora al giorno: in base a quanto da essi dichiarato, nel corso della settimana navigano mediamente 2 ore e 30 minuti al giorno (2014: 2 ore), nel fine settimana 3 ore e 40 minuti (2014: 3 ore). Poiché quasi tutti i giovani svizzeri posseggono uno smartphone e navigano sempre più con abbonamenti flatrate, l'accesso mobile a Internet è diventato una quotidianità. Lo dimostra lo studio JAMES 2016, realizzato dal 2010 già per la quarta volta e pertanto in grado di mettere in luce le tendenze. Salta all'occhio il fatto che i giovani con passato migratorio utilizzano la rete più intensamente rispetto ai giovani di origine svizzera.

«Ciò è dovuto al fatto che attraverso i social media questi ragazzi riescono a mantenere il contatto con le famiglie e gli amici all'estero in modo più semplice e diretto», spiega il ricercatore della ZHAW nonché responsabile dello studio Daniel Süss, che ha condotto quest'anno per la quarta volta lo studio JAMES con il co-responsabile di progetto Gregor Waller e il suo team.

Smartphone e tablet – sempre e ovunque

Praticamente tutti i giovani svizzeri posseggono al giorno d'oggi un telefono cellulare proprio – quasi esclusivamente uno smartphone. Solo un per cento dei ragazzi non ha un telefono cellulare proprio. Inoltre, circa il 40 per cento dei giovani possiede un tablet proprio, mentre quattro su cinque ne ha a disposizione uno a casa. Come parte integrante della vita quotidiana, lo smartphone è utilizzato ovunque come strumento multimediale e sostituisce sempre più PC, laptop, fotocamera, lettore di musica, radio, console e orologio. Circa un terzo degli intervistati dispone mensilmente di oltre cinque gigabyte di volume dati. La tendenza è quella di telefonare e scrivere SMS sempre meno frequentemente, e per contro navigare di più in rete e utilizzare social network e applicazioni di messaggistica istantanea come WhatsApp. Il 97 per cento dei giovani comunica quotidianamente o più volte alla settimana mediante app di messaggistica istantanea. Nove ragazzi su dieci utilizzano i social network spesso in modalità mobile mediante cellulare (2016: 87 per cento; 2014: 76 per cento). Con lo smartphone su Facebook, YouTube & Co. si vedono sempre più di frequente anche brevi video web online (2016: 78 per cento; 2014: 69 per cento; 2012: 40 per cento). Come raffronto: l'utilizzo del cellulare per telefonare regolarmente si è stabilizzato sul 71 per cento, mentre l'utilizzo degli SMS è sceso sensibilmente al 58 per cento (2014: 69 per cento; 2012: 93 per cento).

Snapchat e Instagram scavalcano Facebook

Il 94 per cento dei giovani svizzeri è iscritto ad almeno un social network. Con il 62 per cento Facebook, per la prima volta dal primo rilevamento del 2010, non è più il social network più amato tra i 12-19enni. Il capolista è stato superato da Instagram (81 per cento) e da Snapchat (80 per cento). Inoltre, su Facebook è diminuita in larga misura anche la frequenza di utilizzo: nel 2014 il 79 per cento dei giovani utilizzava la piattaforma quotidianamente o più volte alla settimana, oggi lo fa solo il 55 per cento. L'adesione e la frequenza di utilizzo di Facebook dipende molto dall'età: più sono giovani, meno frequentemente utilizzano Facebook. I 12-15enni esprimono nuove preferenze e infatti sono maggiormente attivi su nuove piattaforme come Instagram e Snapchat. Tra i 18-19enni invece quattro ragazzi su cinque sono iscritti su Facebook e l'83 per cento ne fa un uso frequente. «Si osserva meno un passaggio ad altre piattaforme, quanto piuttosto una nuova generazione di utenti», dice Michael In Albon, incaricato del settore protezione della gioventù dai rischi dei media di Swisscom.

I social network non sostituiscono gli incontri con gli amici

La quotidianità mediale dei giovani è caratterizzata principalmente dal cellulare: il 99 per cento utilizza il dispositivo mobile quotidianamente o più volte alla settimana, naviga spesso in rete (95 per cento) o ascolta musica (94 per cento).

Nonostante gli smartphone, i tablet e gli altri dispositivi, lo svolgimento di attività extra-mediali nel tempo libero è rimasto stabile sin dal primo rilevamento del 2010: il 76 per cento si incontra regolarmente con gli amici (2014: 79 per cento), il 66 per cento pratica regolarmente sport (2014: 64 per cento) e il 58 per cento non fa semplicemente nulla (2014: 60 per cento). «I giovani possono rimanere in contatto online in qualsiasi momento e ovunque con i loro coetanei. Questa è tuttavia una funzione secondaria e non sostituisce il bisogno di trascorrere del tempo insieme», Daniel Süss ne è convinto. «Inoltre chat di gruppo e social network possono essere anche oppressivi oppure gli onnipresenti smartphone possono essere un elemento di distrazione nella vita quotidiana. Pertanto le famiglie dovrebbero limitare l'utilizzo dei media durante i pasti o le conversazioni, mentre le scuole dovrebbero imporre regole chiare in fatto di smartphone.»

I video web conquistano la rete

Il computer e Internet sono molto utilizzati dai giovani per finalità di intrattenimento. Circa quattro giovani su cinque (79 per cento) tra i giovani svizzeri fruiscono ogni giorno o più volte alla settimana di portali video quali YouTube, myVideo o Vimeo. Lo streaming di musica su Internet (p.es. Spotify) è aumentato sensibilmente rispetto al 2014 e il 68 per cento lo fa regolarmente (2014: 57 per cento). Al terzo posto si colloca la visualizzazione dei profili sui social network (67 per cento). Il fatto che i video e le immagini tra i giovani siano sempre più importanti è dimostrato dalla preferenza dei siti web. YouTube è di gran lunga il sito web più amato. Qui i giovani usufruiscono di video e musica oppure studiano attraverso i video. Questa tendenza verso le

immagini in movimento conferma anche la crescente importanza dei servizi di video in streaming come Netflix e le piattaforme basate su immagini e video Instagram e Snapchat.

Degno di nota è anche il cambiamento della cultura dei fan. Il 75 per cento dei giovani è in grado di menzionare uno YouTuber preferito. «I giovani di oggi celebrano i personaggi di YouTube come un tempo i boy group o le girl group», spiega Süss.

Incontrare di persona le conoscenze fatte su Internet

Il 25% dei giovani svizzeri dichiara di essere già stato contattato in Internet da persone estranee con richieste indesiderate a sfondo sessuale. Questo fenomeno è chiamata cybergrooming. Come nelle precedenti rilevazioni, le ragazze, con un 34 per cento, hanno fatto esperienze di questo tipo in misura significativamente maggiore rispetto ai ragazzi (17%). Il 41% dei giovani svizzeri ha già incontrato fisicamente una persona conosciuta in Internet. Con l'aumentare dell'età sale anche la frequenza con cui i giovani fanno un incontro di questo tipo: tra i 12/13enni sono circa un quarto e tra i 18/19enni la percentuale sale a circa la metà. «Incontrare di persona una conoscenza fatta su Internet di per sé non è un rischio», racconta Michael In Albon. «Tuttavia vanno rispettate delle regole ben precise. Per esempio ci si deve dare appuntamento in un luogo pubblico e al primo incontro è raccomandabile la presenza di un adulto.»

Studio JAMES

Lo studio JAMES è uno studio rappresentativo sull'uso dei media da parte dei giovani in Svizzera. JAMES è l'acronimo della denominazione tedesca dello studio, ovvero «Giovani, attività, media - rilevamento Svizzera» e viene ripetuto ogni due anni. Nello studio rappresentativo sin dal 2010 la ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften esegue per conto di Swisscom un sondaggio tra oltre 1'000 giovani di età compresa tra i 12 e i 19 anni nelle tre grandi regioni linguistiche della Svizzera e li intervista sul loro comportamento in ambito mediale.

Departement Angewandte Psychologie della ZHAW

Lo ZHAW Departement Angewandte Psychologie è il centro di competenza leader di psicologia applicata con basi scientifiche in Svizzera. È costituito dall'Istituto di psicologia e dall'Istituto di psicologia avanzata IAP. Con i corsi di laurea e di laurea magistrale, il settore Ricerca e Sviluppo e l'offerta di consulenza e aggiornamento vengono rese fruibili le conoscenze fondate scientificamente per le persone e le aziende nel loro contesto lavorativo e di vita quotidiana.

www.zhaw.ch/psychologie

Swisscom è partner di cooperazione di ZHAW

L'utilizzo dei media sui diversi terminali fa oggi parte della vita quotidiana dei giovani. La competenza mediale e la protezione della gioventù dai rischi dei media sono pertanto importanti. Swisscom si impegna a fondo in entrambi i settori. E così l'azienda dal 2001 ha già allacciato



gratuitamente a Internet oltre 6'800 scuole svizzere e offre agli studenti di grado superiore corsi per la promozione della competenza mediale. Swisscom è la committente dello studio JAMES, condotto a intervallo biennale dalla ZHAW.

Altri informazioni su:

www.zhaw.ch/psychologie/james

Www.swisscom.ch/james

#jamesstudie2016