

Partner di cooperazione



Zürich University
of Applied Sciences



JAMES focus

Retrospektiva su un decennio di studio sui media tra i giovani

Gruppo specialistico Psicologia dei media, 2021

Web

www.zhaw.ch/psychologie/jamesfocus

www.swisscom.ch/JAMES/

Colophon

A cura di

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte
Wissenschaften
Dipartimento di Psicologia Applicata
Pfingstweidstrasse 96
Casella postale, CH-8037 Zurigo
Telefono +41 58 934 83 10
Fax +41 58 934 84 39
info.psychologie@zhaw.ch
www.zhaw.ch/psychologie

Direzione del progetto

Prof. Dr. Daniel Süss
Gregor Waller MSc

Autori e autrici

Gregor Waller, MSc
Prof. Dr. Daniel Süss
Lilian Suter, MSc
Isabel Willemse, MSc
Céline Külling, MA
Jael Bernath, MSc
Patricia Skirgaila, MA
Susanne Löpfe, MSc

Partner di cooperazione

Swisscom SA
Michael In Albon e Noëlle Schläfli

Partner nella Svizzera francese

Dr. Patrick Amey e Merita Elezi
Université de Genève
Département de sociologie

Partner nella Svizzera italiana

Dr. Eleonora Benecchi, Petra Mazzoni e Luca
Calderara
Università della Svizzera italiana
Facoltà di comunicazione, cultura e società

Partner in Germania

Thomas Rathgeb
Medienpädagogischer Forschungsverbund
Südwest (mpfs)

Citazioni

Waller, G., Süss, D., Suter, L., Willemse, I., Külling, C., Bernath, J., Skirgaila, P., Löpfe, S. (2021). *JAMESfocus – Retrospektiva su un decennio di studio sui media tra i giovani*. Zurigo: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Indice

1	Introduzione / Ringraziamenti	1
2	Metodologia.....	2
2.1	Analisi statistiche	2
3	Dieci importanti risultati dell'ultimo decennio	3
3.1	Chi rimane in gioco?	3
3.2	Utilizzo dei media: dove si osservano cambiamenti, dove invece delle costanti?	5
3.3	Ragazze e ragazzi: viaggiano in mondi multimediali diversi?	7
3.4	Che peso ha il passato migratorio?	9
3.5	Quanto è maschile la violenza nei media?	11
3.6	Quanto erotismo è consentito?.....	12
3.7	I social network colmano il gap digitale?	14
3.8	Dove si osservano i segnali del gap digitale?	15
3.9	Cosa si aspettano i giovani dalle app?	17
3.10	In che misura lo smartphone ha cambiato l'utilizzo del cellulare?.....	20
4	Riepilogo e discussione	22
5	Letteratura	25

1 Introduzione / Ringraziamenti

Per la prima volta, nel 2010, abbiamo avuto modo di chiedere a oltre mille giovani in Svizzera di esprimersi sul loro comportamento con i media: era nato lo **studio JAMES**. Da allora abbiamo rilevato, nel corso di sei sondaggi, la fruizione dei media fra circa 6500 alunne e alunni. Sulla base dei dati di utilizzo viene per esempio documentata la diffusione dello smartphone e il tramonto di diverse attività extra-mediali. Parallelamente all'arrivo di servizi di streaming come Netflix viene illustrata anche la diminuzione dell'utilizzo della TV lineare e della radio. Il panorama dei media svizzero e il comportamento di utilizzo sono cambiati profondamente nell'ultimo decennio. In **questo rapporto JAMESfocus** abbiamo analizzato approfonditamente tutti i dati disponibili degli ultimi dieci anni e siamo riusciti da un lato a documentare delle tendenze generali nel raffronto temporale, dall'altro ad analizzare per la prima volta i trend temporali anche separatamente per sottogruppi, per esempio per **stato socioeconomico (SSE)**, **sex** o **passato migratorio**. Le analisi consentono di approfondire la materia ed estrapolare nuove conoscenze. Nelle prossime pagine presenteremo alcuni **risultati selezionati**. Li descriveremo, illustreremo e interpreteremo e cercheremo di inserirli in un contesto più ampio. Collegheremo i nostri risultati con le tendenze sociali, come la progressiva **individualizzazione**, la sempre maggiore **connettività**, il **gender shift** o il **relationship minimalism**. Affronteremo approfonditamente anche il tema del **digital divide** (divario digitale). Ci preme inoltre collegare le conoscenze acquisite empiricamente con i risultati di altri studi. **Questo studio non è una retrospettiva completa**; per informazioni più dettagliate vale la pena dare un'occhiata ai rapporti dello studio JAMES pubblicati ogni due anni.

Oltre a questo rapporto, nel 2021 sono stati pubblicati altri due dossier JAMESfocus.

Uno di questi rapporti si è concentrato sul **comportamento relativamente alle informazioni e sul benessere psichico dei giovani durante il primo shutdown imposto in Svizzera a causa del coronavirus** nella primavera del

2020. Lo shutdown ha avuto un impatto massiccio sull'intera società, compresa l'organizzazione del tempo libero dei giovani. Una pandemia comporta tutta una serie di stress ponendo le persone dinanzi a grandi sfide. Il suddetto rapporto ha analizzato la gestione dell'ansia e il ricorso a strategie di coping tra i giovani.

Abbiamo inoltre pubblicato un rapporto JAMESfocus in tema di **hate speech** ovvero **commenti di odio**. In esso si indaga la frequenza con cui i giovani si confrontano con diversi tipi di hate speech. Vengono inoltre analizzati gli atteggiamenti e i motivi connessi ai commenti di incitamento all'odio e ricercate le differenze in termini di sesso, età, grado di istruzione o passato migratorio.

Un grazie di cuore va in questa sede a **Michael In Albon** e a **Noëlle Schläfli** di **Swisscom**. Grazie del vostro pluriennale fattivo supporto a favore di JAMES. Questa collaborazione è per noi tanto preziosa quanto proficua e auspichiamo che possa continuare per molti anni a venire.

Molte grazie anche a Eleonora Benecchi, Merita Elezi e Patrick Amey per aver riletto le traduzioni italiana e francese del presente rapporto.

Dicembre 2021

Il Gruppo specialistico Psicologia dei media della ZHAW

2 Metodologia

2.1 Analisi statistiche

Tutti i calcoli sono stati eseguiti utilizzando i programmi statistici SPSS e R, tenendo conto della complessità del design di campionamento. Informazioni metodologiche più dettagliate sono riportate nel rapporto dell'attuale studio JAMES (Bernath et al., 2020).

Per i confronti annuali a livello di campioni complessivi sono state calcolate le dimensioni degli effetti, che sono state rappresentate nei grafici con i punti come segue.

Denominazione	Simbolo	Classificaziones secondo Gignac & Szodorai (2016)
Effetto ridotto	●○○	$0,10 \leq r < 0,20$
Effetto medio	●●○	$0,20 \leq r < 0,30$
Effetto grande	●●●	$r \geq 0,30$

Nel raffronto temporale a livello di sottocampioni (sesso, SEE o passato migratorio) sono state evidenziate le differenze statisticamente significative al **livello di 1%**. **Anno*** indica che l'effetto principale «tempo» è significativo, ovvero che nel corso dei diversi rilevamenti si osservano dei cambiamenti. **SEE***, **sesso*** oppure **origine*** indicano significative differenze nei relativi sottogruppi. Il termine **Int*** indica infine che l'interazione tra le due variabili è significativa. Sarebbe per esempio il caso in cui nel tempo tra i ragazzi si osservasse un aumento dei valori, che invece rimarrebbero stabili tra le ragazze.

Dal momento che si tratta di una procedura **non improntata sulle ipotesi** e, dunque, **esplorativa**, i risultati vanno interpretati con prudenza.

Lo **stato socioeconomico** (SSE) viene registrato dal 2014 con una scala che si basa sulla Family Affluence Scale (Currie et al., 2008). La scala è stata leggermente modificata e ulteriormente sviluppata nel corso degli ultimi sei anni. Nel 2020, ai fini del calcolo del SSE, vengono considerate le seguenti variabili: numero di computer in famiglia, numero di automobili, numero di viaggi nell'ultimo anno, numero di bagni, camera propria (sì/no) e consumo di bevande dolci. Dai valori con trasformata *zeta* di queste sei variabili è stata calcolata una somma e, in base ai percentili (20/60/20), sono stati creati tre livelli: SSE basso, medio e alto.

Per registrare l'**origine o il passato migratorio**, ai giovani è stata chiesta la cittadinanza. I giovani che hanno indicato la Svizzera come loro Paese di origine sono stati classificati come svizzere o svizzeri, indipendentemente dal fatto che abbiano un'ulteriore cittadinanza. I giovani che non sono cittadini svizzeri vengono definiti giovani con passato migratorio.

3 Dieci importanti risultati del decennio scorso

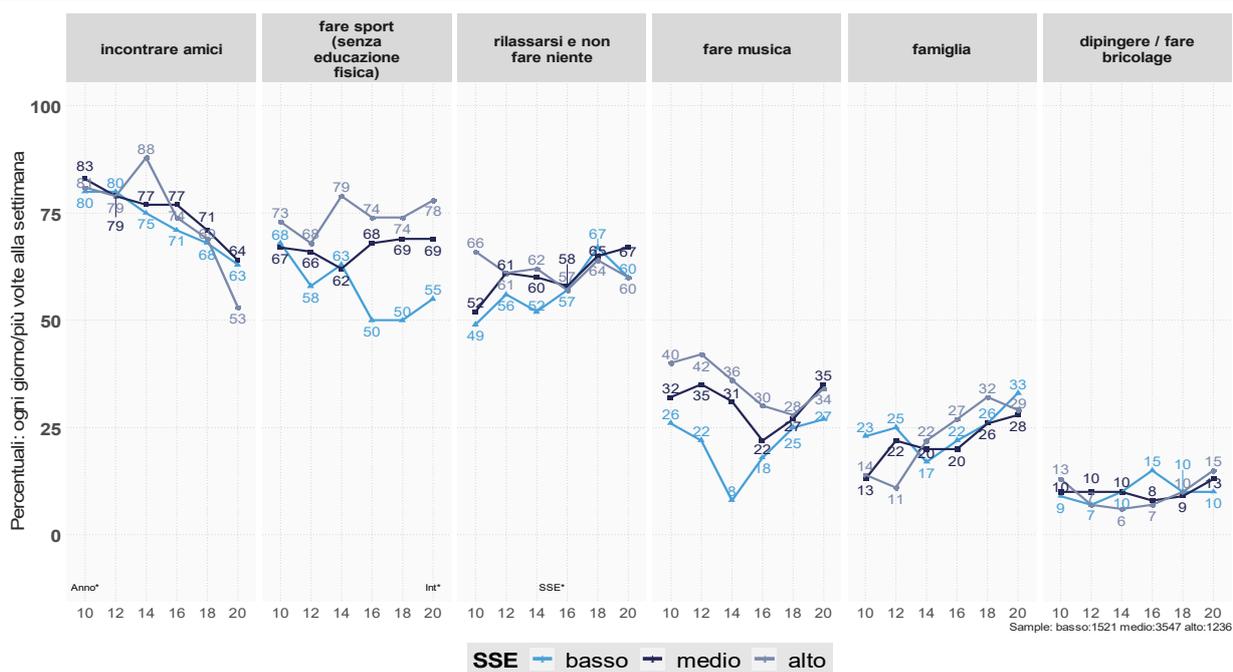
3.1 Chi rimane in gioco?

Nel 2020 per la prima volta è cambiata la classifica dei comportamenti extra-mediali nel tempo libero. Fino al 2018, seppure le distanze si assottigliassero sempre più, la classifica era rimasta stabile. «Incontrare amici» era fino ad allora al primo posto, seguito da «Fare sport» e «Rilassarsi e non fare niente». Queste continuano a essere le attività preferite per molti giovani, ogni giorno o più volte alla settimana, mentre «Fare musica», fare qualcosa in «Famiglia» o «Dipingere e fare bricolage» sono attività meno diffuse tra i giovani. Questo dato non sorprende, se si pensa che il distacco dai genitori e una maggiore dedizione al proprio sviluppo

tendenza verso questo cambiamento era già stata osservata in precedenza. Se e la misura in cui la pandemia abbia inciso in questa direzione non può essere confermato.

Analizzando le singole attività durante il tempo libero, nei rispettivi grafici si osservano alcune variazioni rilevanti. Per quanto riguarda lo sport praticato al di fuori della scuola, si osserva un cambiamento significativo a livello di origine sociale. Le persone provenienti da un contesto sociale più debole praticano sport sempre meno spesso. Questo effetto non è osservabile tra i giovani appartenenti a un contesto sociale migliore. Questi, infatti, praticano sport con una frequenza analoga a dieci anni fa. Il background sociale sembra quindi acquisire negli anni un ruolo sempre più importante relativamente alla frequenza con cui si pratica sport al di fuori della scuola. Dallo studio americano di Hankonen et al. (2017) emerge che negli Stati Uniti esiste da

Figura 1: Attività per il tempo libero di tipo non mediale in riferimento allo SSE



costituiscono un processo importante in questa età. Dal sondaggio 2020 tuttavia la classifica è cambiata. Soprattutto le attività extra-mediali preferite sono state fortemente limitate a causa della pandemia e in particolare durante lo shutdown della primavera 2020, aspetto emerso molto chiaramente dal sondaggio tra i giovani. L'occupazione precedentemente indicata più di frequente «Incontrare amici» scivola dietro alle due attività «Fare sport» e «Rilassarsi e non fare niente» (Bernath et al., 2020). Tuttavia, la

tempo ormai un «Activity Gap» a livello di stato socioeconomico (SSE), ma che dagli anni Novanta questo gap sta crescendo notevolmente. Questo andamento è ora visibile anche in Svizzera, come confermato dal rapporto «Sport Svizzera 2020» (Lamprecht, Bürgi, Gebert & Stamm, 2021). La formazione dei genitori incide in misura leggermente minore rispetto alla situazione finanziaria della famiglia. Anche l'entusiasmo per lo sport dei genitori viene trasmesso ai figli. Inoltre, il rapporto evidenzia che i giovani

e bambini senza passato migratorio praticano più sport rispetto a quelli con passato migratorio, laddove il Paese di origine e la durata del soggiorno in Svizzera rivestono un ruolo importante (Lamprecht et al., 2021). Anche il rapporto sui risultati dei test (SMBA) condotti dall'Ufficio per lo sport della Città di Zurigo confermano questo andamento (Gränicher, 2021). L'attività fisica e la salute sono strettamente collegate. In vista dell'adozione di approcci preventivi e di intervento volti a favorire la salute, è necessario tenere conto in futuro sempre di più delle differenze socioeconomiche nello sport.

Come già menzionato, l'esigenza di incontrare gli amici è molto sentita tra i giovani, poiché insieme ai propri coetanei essi possono sviluppare autonomia e autodeterminazione (Lüdeke, 2018). Non c'è quindi da meravigliarsi che questa attività per il tempo libero sia svolta da gran parte degli intervistati regolarmente, indipendentemente dallo SSE. La frequenza degli incontri diminuisce tuttavia negli anni. Nel 2010 circa tre quarti dei giovani interpellati si incontravano quasi quotidianamente con gli amici. Nel 2020 il dato era sceso a circa il 60%. La minore frequenza con cui i giovani incontrano gli amici osservata nel 2020 durante la pandemia da coronavirus è stata particolarmente evidente durante il secondo shutdown, ma non spiega comunque l'andamento nella stessa direzione registrato nel corso del decennio.

Una tendenza contraria è osservabile nella frequenza con cui i giovani trascorrono il tempo in famiglia. Questo sviluppo è osservabile negli anni nell'intero campione, tanto che in tutti i gruppi dello SSE si registra un andamento parallelo (Bernath et al., 2020). Ciò potrebbe essere anche correlato alla frequenza sempre minore con cui i giovani incontrano gli amici. Oltre alla possibilità di comunicare con gli amici attraverso i media e di incontrarli a scuola o nel contesto professionale, i giovani dichiarano che sia molto più semplice e comodo trascorrere il tempo in famiglia e che gli impegni scolastici e professionali lasciano poco tempo per le attività al di fuori della famiglia. Come motivo vengono anche indicati gli interessi analoghi all'interno della famiglia (Rüegsegger & Brauchli, 2019). Rilassarsi e non fare niente continua a essere un'attività molto importante per i giovani e, in generale, sembra diventare sempre più importante. Sembra inoltre che in questo ambito il background sociale rivesta un'importanza sempre minore. Un numero crescente di bambini e

giovani lamenta stress (Albrecht, Kottlow, Stocker & Ziegler, 2021). L'esigenza di rilassarsi e non fare nulla è pertanto, in una società digitale ad alta velocità come la nostra, una strategia importante per fare il pieno di energia (Grossegger, 2014). Questo tuttavia non significa che, mentre ci si rilassa e non si fa niente, si rinunci interamente ai media digitali. Oltre a dormire e a stare a casa, la fruizione di film, serie e musica sono infatti strumenti utilizzati per rilassarsi, esattamente come l'uso di cellulare e computer, va inoltre considerato che il termine «rilassarsi» è utilizzato anche in relazione alle amicizie (Berweger & Bischofberger, 2016).

Tra la prima rilevazione e il sondaggio del 2020 non si osservano grandi differenze nell'intero campione per quanto riguarda l'attività di fare musica. Le differenze tra gruppi sociali sembrano comunque essere meno marcate ora rispetto al passato. Tuttavia, sempre meno giovani rientranti in uno SSE più basso riferiscono di fare musica spesso. Anche qui la ragione può essere di natura finanziaria, poiché questi giovani hanno una minore possibilità di fare musica (Fischer, 2012), esattamente come succede con l'attività sportiva al di fuori della scuola. Nonostante il decreto federale sulla promozione della formazione musicale del 2012, integrato dal programma Gioventù e Musica (G+M), sempre più scuole di musica continuano a ritenere che le opportunità non siano ancora eguali, aspetto che emerge da un sondaggio dell'UFC del 2019 nel «Rapporto sull'implementazione dell'art. 12a LPCu» (UFC, o. J.).

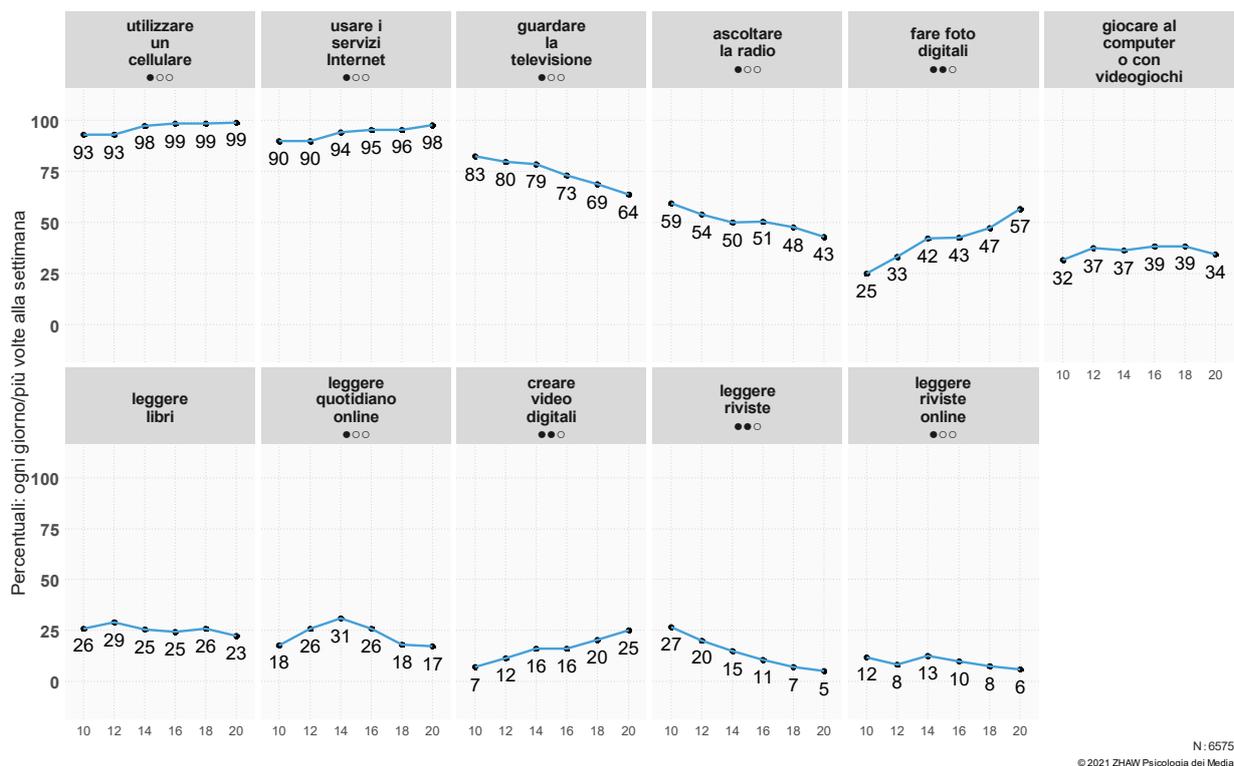
Dipingere e fare bricolage sono le attività meno praticate dai giovani nel tempo libero, tendenza che non ha subito modifiche negli ultimi dieci anni. Nonostante piccole oscillazioni nei dati sulle attività creative, non si osservano pressoché differenze sociali. I processi creativi tuttavia oscillano complessivamente dalle matite colorate agli strumenti digitali, che vengono utilizzati regolarmente anche nei social network, per esempio per produrre sempre più video e foto digitali propri (vedi capitolo successivo).

3.2 Utilizzo dei media: dove si osservano cambiamenti, dove invece delle costanti?

Nell'ultimo decennio sono cambiate molte cose nell'utilizzo dei media da parte dei giovani. Alcune attività vengono oggi svolte più intensamente, altre di meno. E in alcune si osserva una sorprendente costanza. Lo smartphone e Internet come tali vengono usati oggi più spesso ri-

ragioni sono varie. Radio e TV, vista la presenza di un'ampia varietà di podcast e di diversi operatori di streaming come Netflix, stanno subendo una forte concorrenza audio e video. Molte di queste offerte sono rivolte esplicitamente a un pubblico giovane e sono disponibili sempre e ovunque «on demand». Questo vale in parte anche per radio e TV, tuttavia le diverse mediateche, a livello di fruibilità, non si avvicinano (ancora) per lo più minimamente ai portali

Figura 2: Attività nei media nel corso del tempo



petto a dieci anni fa, esattamente come le attività che sono fortemente correlate alla diffusione dello smartphone, tra cui foto o video. Le ragioni sono da ricercare da un lato nell'elevata quota di penetrazione degli smartphone in Svizzera. In media è attivamente in uso più di un apparecchio pro capite (UFCOM, 2021). Anche le offerte dei fornitori di rete mobile si stanno orientando sempre più verso il flatrate, sia per la telefonia sia per il traffico dati. Contrariamente alle tariffe a volume, queste tariffe fisse proteggono da brutte sorprese a fine mese, aspetto di certo molto importante visto il budget limitato dei giovani.

A differenza degli smartphone e da Internet, la frequenza di utilizzo dei classici strumenti elettronici, come radio o TV, è in diminuzione. Le

di podcast e streaming. Anche i media pubblicitari incentrati sui testi stanno perdendo lettrici e lettori. Tali media sono in concorrenza soprattutto con i social network, che vengono preferiti da molti giovani ai giornali e alle riviste, poiché forniscono notizie sempre aggiornate di tutto il mondo e anche del proprio contesto sociale mediante feed direttamente da casa sullo smartphone (Eisenegger & Vogler, 2021). Una tendenza costante è invece riscontrabile per i libri e i videogiochi. Queste due attività continuano ad affermarsi nel corso del decennio e rimangono straordinariamente costanti nelle preferenze dei giovani. Un motivo è di certo il tipo di utilizzo: sia la lettura di libri (fiction) sia i videogame sono attività che devono essere svolte intenzionalmente e in modo mirato per

un'esperienza ottimale di divertimento. Per raggiungere un buon livello di soddisfazione, è inoltre necessario investire in queste attività una determinata quantità di tempo (esclusivo) (Bernecker & Becker, 2021). Il tempo dedicato al gaming negli ultimi anni non ha registrato grandi cambiamenti (cfr. Capitolo 3.4).

Nel complesso i giovani nel 2020 disponevano, direttamente nello smartphone, di un'offerta di informazioni e intrattenimento più ampia rispetto ai loro coetanei un decennio fa. Per poter sfruttare l'ampia offerta in modo proficuo a livello personale e fare la scelta giusta, sono necessarie delle competenze.

Soprattutto alla luce dell'ampia offerta di informazioni, queste competenze sono fondamentali. Altrimenti le fake news e persino la disinformazione sono dietro l'angolo (Waller, Külling, Bernath, Suter & Süss, 2019). Dal punto di vista psicosociale, i cambiamenti analizzati sopra e il variegato ampliamento dell'offerta mediale provocano una sempre maggiore individualizzazione del consumo mediale. Di conseguenza, i contenuti mediali vengono utilizzati sempre più di rado contemporaneamente e lo scambio personale a seguito della fruizione è sempre meno frequente.

3.3 Ragazze e ragazzi: viaggiano in mondi multimediali diversi?

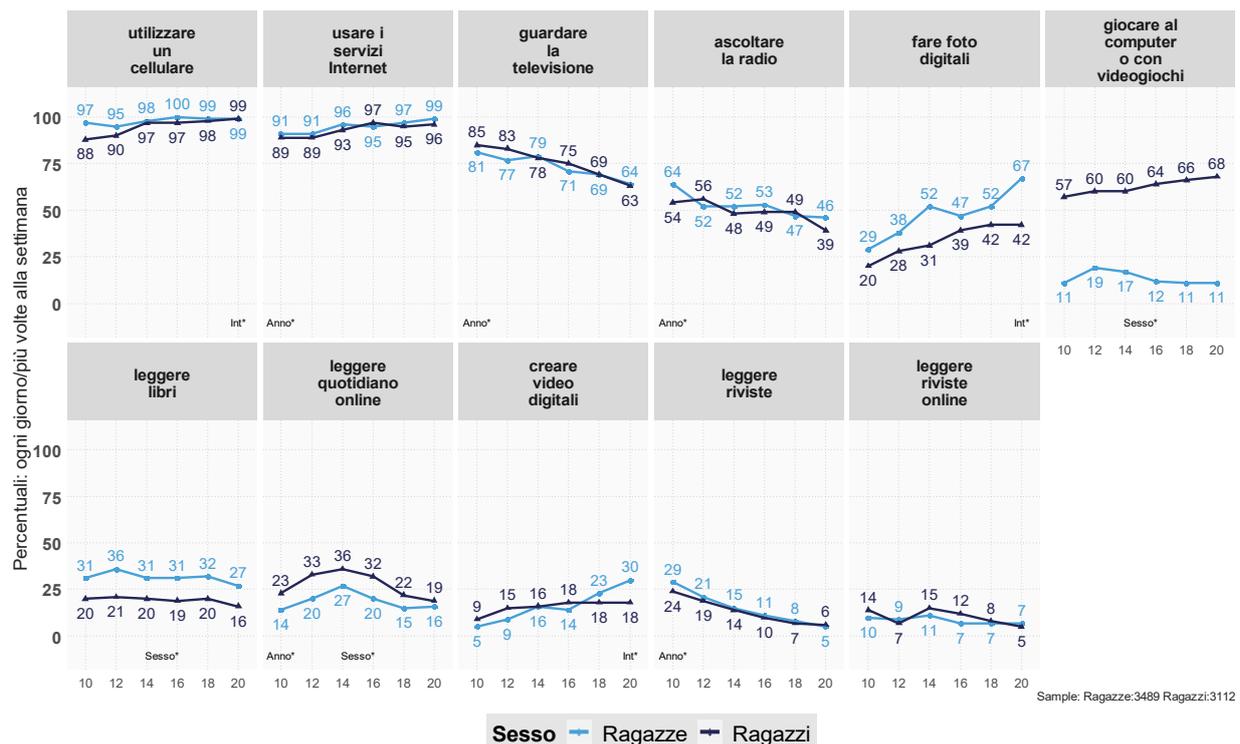
Tra i risultati più stabili rilevati nel corso dei sei sondaggi si notano alcune differenze tra i sessi. Esistono anche attività mediali la cui frequenza di utilizzo ha avuto un andamento diverso nei due sessi.

Piuttosto costanti nel decennio sono risultate le

all'esperimento. Queste differenze sono ascrivibili probabilmente a differenze specifiche di genere nello stato cognitivo durante il gioco, ma anche alle differenze di apprendimento dei valori di ricompensa (p.es. maggiore orientamento agonistico) Hoeft, Watson, Kesler, Bettinger & Reiss, 2008).

Opposta è invece la situazione riguardante la lettura di libri. In questo caso la fruizione tra le

Figura 3: Attività mediali in riferimento al sesso



differenze tra sessi nel gaming, nella lettura di libri e nella lettura di quotidiani su portali online. I videogame sono fortemente dominati dai maschi. Titoli cult dei primi anni di questa categoria, tra cui «Pong», «Space Invaders», «Pac-Man», «Tetris» o «Super Mario Bros» sono stati creati e programmati tutti da uomini (Kent, 2001). Anche dalla prospettiva dei giocatori, i ragazzi sembrano utilizzare i videogiochi già dal secolo scorso molto più di frequente rispetto alle ragazze (Feierabend & Klingler, 1998). La situazione è rimasta pressoché invariata fino a oggi: i ragazzi sono molto più attratti dai videogiochi rispetto alle ragazze. Una possibile spiegazione è fornita da uno studio fMRI del 2008, dal quale emerge che i campioni maschili durante un videogioco sviluppano attività e connessioni funzionali maggiori nel sistema mesocorticolimbico rispetto alle ragazze che si sono sottoposte

ragazze è stata in tutto il decennio superiore rispetto ai ragazzi. Le ragioni sono varie. Dal punto di vista linguistico, le ragazze sono più avanti rispetto ai ragazzi già in età prescolare: parlano prima, costruiscono prima frasi più complesse e hanno un lessico più ampio. Durante l'intero periodo scolastico questo vantaggio permane, solo in età adulta i due sessi si riequilibrano a livello di competenze linguistiche (Hirnstein & Hausmann, 2010). Inoltre, i ragazzi leggono meno in modo spontaneo, leggono meno libri di fiction e prediligono testi più brevi (Uusen & Mürsepp, 2012). Uno studio britannico con un campione di centinaia di migliaia di persone ha anche dimostrato che i ragazzi leggono meno accuratamente rispetto alle ragazze. Spesso saltano interi passaggi, il che si ripercuote negativamente sulla comprensione del testo e quindi anche sul piacere della lettura (Topping, 2015). Per contro, i ragazzi utilizzano

i portali di quotidiani più spesso rispetto alle ragazze, lasciando intendere un maggiore fabbisogno di informazioni di attualità. Questo risultato è confermato da un recente studio Reuters condotto in nove Paesi, che dimostra che l'interesse per le notizie di attualità, anche di carattere politico, è inferiore tra le donne rispetto agli uomini (Selva & Andi, 2020). Questo minor interesse potrebbe essere da un lato correlato al Gender Bias nei media informativi: una quantità più che proporzionale di articoli sui media continua ad avere un'impronta maschile (Rao & Taiboda, 2021).

Interessanti sono anche i risultati che eliminano o accentuano le differenze fra sessi. Nel 2010, per esempio, i ragazzi si collocavano quasi dieci punti percentuali dietro alle ragazze per quanto riguarda l'intensità di utilizzo dei cellulari. Nel corso del decennio i ragazzi hanno recuperato e ora si collocano più o meno allo stesso livello delle ragazze. È la conferma che al giorno d'oggi il telefono cellulare è indispensabile per tutti i giovani ed è stato integrato completamente nella vita quotidiana. Questo è dovuto al fatto che sempre più funzioni e servizi convergono sul dispositivo.

Per quanto riguarda le fotografie, il gap tra ragazze e ragazzi tende ad acuirsi e nella creazione di video i ragazzi nel corso del decennio sono stati superati dalle ragazze. La produzione di immagini proprie, statiche o in movimento, sta diventando sempre più territorio femminile. Quali sono le motivazioni? Da un lato potrebbe esserci una correlazione con l'utilizzo dei social network. I canali improntati a immagini e video come Instagram, Snapchat, TikTok o Pinterest negli ultimi anni hanno registrato un vero e proprio boom. Inoltre, tre delle quattro piattaforme menzionate vengono utilizzate più spesso dalle ragazze che dai ragazzi (Bernath et al., 2020). Per arrivare alla moneta più preziosa dei social network, ovvero i Like, le foto e i video autoprodotti sono uno strumento consolidato (Rainie, Brenner & Purcell, 2012) persino per aumentare o mantenere l'autostima eventualmente a questi associata (Stefanone, Lackaff & Rosen, 2011). Dall'altro lato non va nemmeno sottovalutata l'importanza dei selfie, che offrono molte possibilità di supportare le strategie dell'impression management. Impostando correttamente la videocamera e i filtri, con i selfie è possibile mettere in luce le caratteristiche fisiche più attrattive (Makhanova,

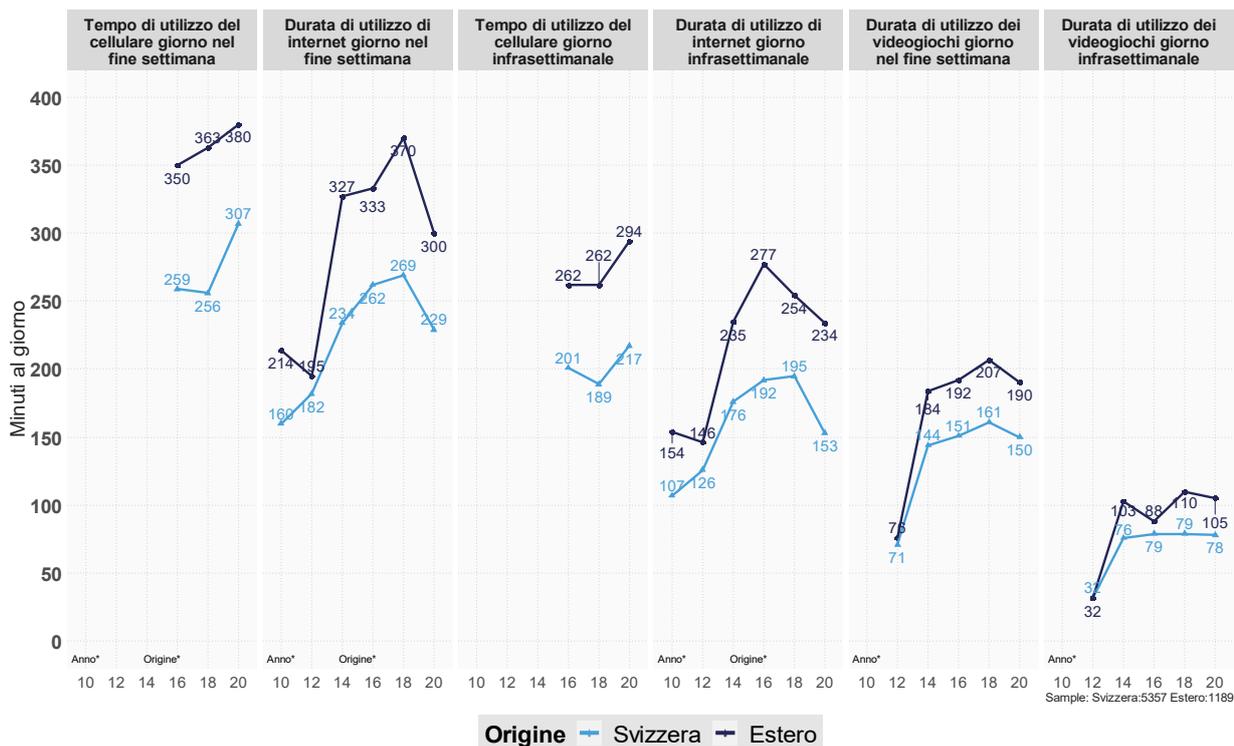
McNulty & Maner, 2017), che per i giovani si traducono in molti vantaggi nella scelta del partner (Yarosh, 2019). Oltre a queste funzioni identitarie e reputazionali di foto e video, è importante considerare anche gli aspetti creativi. Dietro alla realizzazione di foto e video e durante la loro rielaborazione si cela un grande potenziale creativo, che si manifesta non da ultimo nelle numerose foto artistiche e nei fantasiosi video prodotti e diffusi quotidianamente dai giovani.

3.4 Che peso ha il passato migratorio?

«Dimmi di dove sei e io ti dico quanto intensamente utilizzi i media.» Questa affermazione vale per i giovani in Svizzera? In diversi ambiti dell'utilizzo dei media si osservano differenze nelle abitudini dei giovani con passato migratorio rispetto a quelli di origine svizzera. Negli anni alcune differenze sono rimaste costanti, mentre altre si sono acuite. In generale i giovani appartenenti a famiglie con passato migratorio utilizzano i media più a lungo rispetto ai loro coetanei di origine svizzera. I giovani con passato migratorio, nei campioni della serie di studi JAMES, provengono soprattutto da Spagna, Portogallo, dai Paesi dell'Europa sudorientale e dai Paesi limitrofi della Svizzera. Questo quadro rispecchia il rapporto della composizione dell'intera

come occupazione durante il tempo libero. Relativamente ai tempi di utilizzo dei media va tuttavia constatato che lo stato socioeconomico rilevato nei dati degli studi JAMES non spiega in alcun modo queste differenze statisticamente significative. Si può pertanto presumere che la differenza possa essere spiegata piuttosto dal fatto che le diverse funzioni dei media consentono di mantenere il legame con il Paese di origine della famiglia e con il proprio, ovvero la Svizzera (cfr. Zöllner, 2009). I giovani non usano i media solo per comunicare con i familiari, ma anche per marcare le appartenenze ai fini della socializzazione. Il fatto che questo può seguire diversi modelli è stato già evidenziato da Bonfadelli et al. (2008). Alcuni giovani con passato migratorio utilizzano consapevolmente le offerte medialie del Paese di origine della famiglia per rinforzare la propria identità culturale,

Figura 4: Tempo di utilizzo dei media in riferimento all'origine



popolazione (Ufficio federale di statistica, 2022). Durante gli eventi di formazione alla genitorialità o i corsi di aggiornamento con specialisti viene spesso espressa l'idea che nelle famiglie con passato migratorio i media vengano utilizzati più intensamente in quanto l'educazione ai media è ritenuta più liberale o perché le famiglie dispongono mediamente di risorse di reddito e formazione inferiori. Per queste ragioni, ai media verrebbe dato maggiore peso

mentre altri si identificano consapevolmente con le abitudini mainstream della Svizzera, per sottolineare il loro legame con i coetanei svizzeri. Altri utilizzano entrambi gli ambiti mediale e di comunicazione in pari misura, poiché si sentono a loro agio in entrambi i contesti culturali e vogliono anche comunicarlo. Complessivamente, pertanto, il contenuto simbolico delle offerte medialie e di comunicazione per i giovani con passato migratorio è più variegato rispetto

a quello degli altri giovani. Per esprimere la propria identità multiculturale non solo vengono utilizzate le preferenze mediali, ma nei social network vengono anche strutturati contenuti molto personali, per esempio selfie con simboli del Paese di origine della famiglia (cfr. Kramer, 2020).

Un indicatore in questo contesto è il tempo medio trascorso dai giovani con i diversi media. Nelle analisi delle tendenze viene confrontato il tempo autostimato trascorso con il cellulare, in Internet e con i videogiochi durante la settimana e nel fine settimana. Colpisce innanzitutto che in tutte le domande i giovani con passato migratorio indicano tendenzialmente tempi maggiori rispetto ai giovani svizzeri. All'uso dei videogiochi nel 2012 entrambi i gruppi hanno dedicato lo stesso tempo, successivamente i tempi sono aumentati significativamente in misura diversa, al punto da avvicinarsi al tempo di utilizzo del cellulare e di Internet. Le tendenze dei giovani con e senza passato migratorio hanno un andamento parallelo, ma di livello diverso. Gli elevati tempi trascorsi con il cellulare e Internet possono essere spiegati con le variegate funzioni di utilizzo dei media tra i giovani con passato migratorio. Proprio durante lo shutdown del 2020 la comunicazione mobile ha assunto un ruolo centrale per tenersi aggiornati sugli sviluppi in diverse regioni del mondo e per comunicare con parenti e amici. Statisticamente significative risultano innanzitutto le differenze del tempo trascorso in Internet negli infrasettimanali. La diminuzione registrata rispetto al 2016 di questo tempo stimato, nonostante l'utilizzo crescente degli smartphone, potrebbe essere dovuta al fatto che alcuni giovani, per «utilizzo di Internet», intendano la navigazione mediante computer e tablet, mentre con gli smartphone si è meno consapevoli di quando venga creato un collegamento a Internet con un'app. Lo smartphone è diventato sempre più il dispositivo centrale per andare in rete, tra i giovani con passato migratorio ancora di più rispetto ai giovani svizzeri. Scompare nel contempo la consapevolezza che con lo smartphone si crei quasi sempre un collegamento a Internet. Nei fine settimana i tempi di utilizzo in tutti i settori sono superiori rispetto agli infrasettimanali. Le differenze fra i due gruppi rispecchiano lo stesso modello dell'utilizzo infrasettimanale. Emerge tuttavia che soprattutto i giovani svizzeri durante lo shutdown del 2020 abbiano registrato l'aumento maggiore di utilizzo del cellulare nel

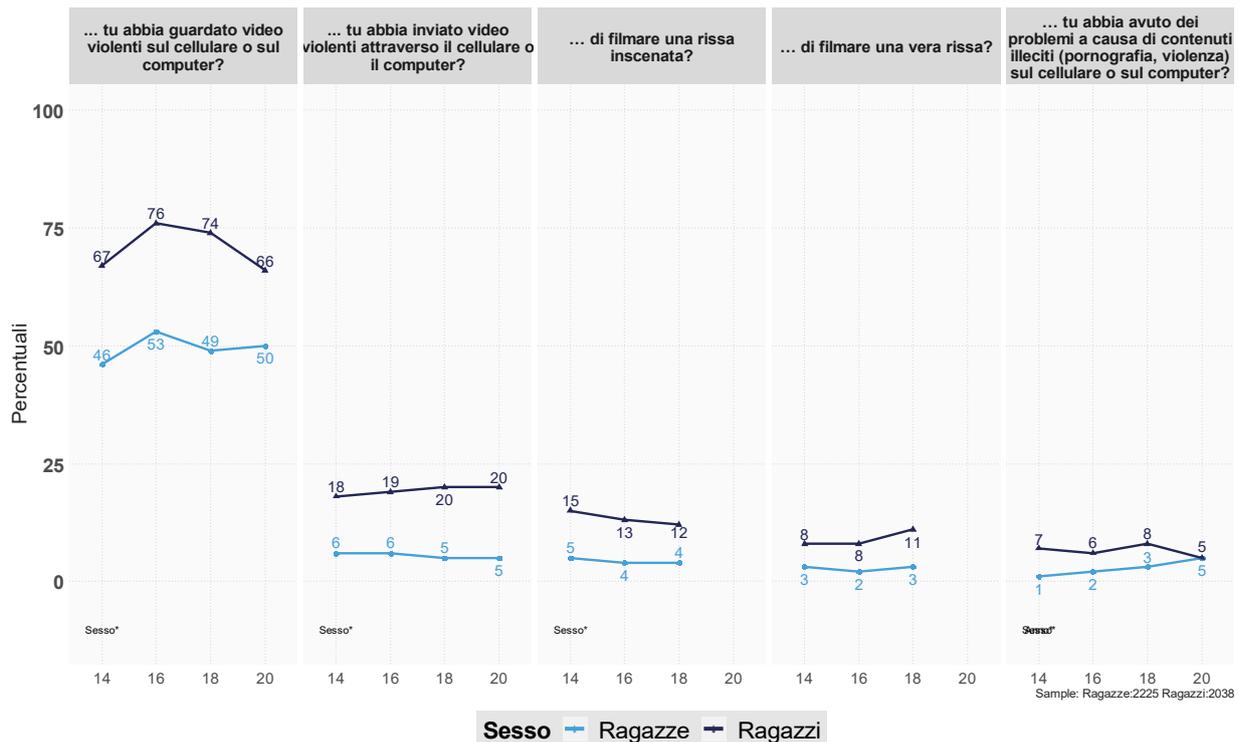
fine settimana, sebbene questi dati continuino a essere ancora significativamente inferiori rispetto a quelli dei giovani con passato migratorio. La pandemia ha limitato i giovani nell'organizzazione del loro tempo libero e nelle possibilità di comunicazione personale con i coetanei al punto tale da aver utilizzato il cellulare più intensamente per cercare di compensare questa lacuna. Si presume che i giovani avrebbero subito ancora maggiormente le limitazioni dovute alla pandemia se non avessero utilizzato lo smartphone per rimanere in contatto con le altre persone o per distrarsi. Per i giovani con passato migratorio le preoccupazioni per i loro amici e parenti nei Paesi d'origine della famiglia e l'esigenza di informarsi mediante i social network sugli sviluppi pandemici in tutto il mondo sono state particolarmente significative.

3.5 Quanto è maschile la violenza nei media?

Per i giovani, la formazione dell'identità sessuale è una fase di sviluppo importante. Un luogo in cui vengono negoziate mascolinità e femminilità è la fruizione della violenza nei media. Se un tempo il luogo di fruizione della vio-

Inoltre, la condivisione di contenuti molto violenti o persino illegali tra i ragazzi è considerata una dimostrazione di appartenenza e fiducia reciproca e indica anche una delimitazione rispetto ai coetanei e adulti esterni. Si osserva tuttavia anche che si tratta di una piccola parte di tutti i giovani e che la fruizione della violenza mediale complessivamente rimane costante,

Figura 5: Contatto con la violenza nei media in riferimento al sesso. È già successo che...



lenza nei media audiovisivi erano soprattutto i film in televisione, in formato video o al cinema, oggi questi sono stati soppiantati da cellulare, computer o console per videogiochi (Kunczik, 2017; Slater, 2003). E i giovani non sono più solo consumatori, ma sono diventati anche veicoli o persino produttori di contenuti violenti. Sulla base di cinque forme di utilizzo problematiche, è possibile illustrare come si sia sviluppato il comportamento delle giovani e dei giovani in questo ambito. In alcuni punti si osserva una costanza nell'esperienza di ragazze e ragazzi. In alcuni punti i due sessi si avvicinano, mentre improvvisamente si osserva che i ragazzi consumano e inviano video brutali o video con vere e proprie risse molto più spesso rispetto alle ragazze. Guardano generi di film violenti più spesso rispetto alle ragazze, mentre le risse vengono condivise tra gruppi di coetanei che si ispirano a ruoli stereotipati come espressione di mascolinità, coraggio e affermazione.

sia tra i ragazzi che le ragazze.

Alla domanda se abbiano già avuto problemi a causa di contenuti vietati sul cellulare o a computer, le risposte delle ragazze e dei ragazzi si sono allineate, seppur con percentuali limitate. Il 95% non ha mai avuto problemi, il 5% invece ne ha avuti. L'allineamento dei risultati tra i due sessi potrebbe avere a che fare non tanto con immagini violente, quanto piuttosto con contenuti pornografici, atteggiamenti erotici tra i minori o con il sexting, come illustrato nel capitolo successivo.

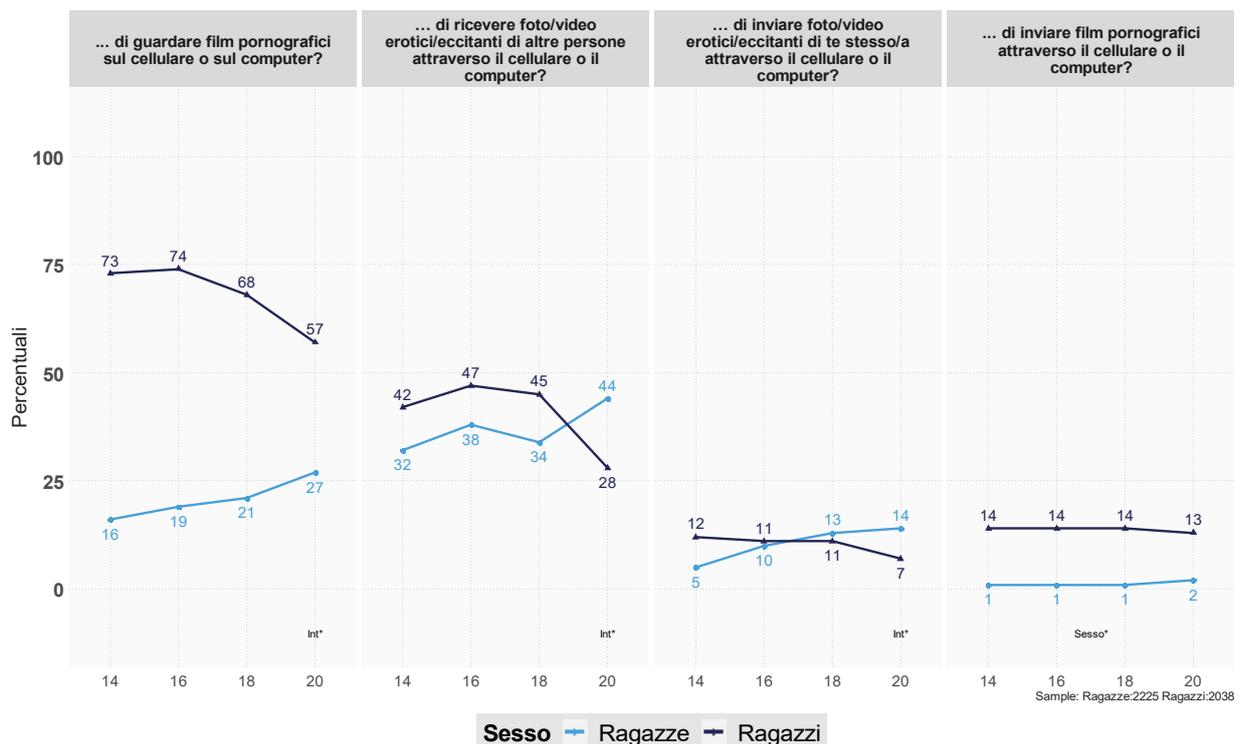
3.6 Quanto erotismo è consentito?

La sessualità è un tema importante per i giovani, il loro corpo sta cambiando e gli ormoni impazziscono. Nel corso dei decenni il modo in cui il tema viene affrontato è mutato profondamente e soprattutto negli ultimi anni si sono osservati molti cambiamenti sociali, che hanno contribuito ad abbattere lentamente questo tabù (Büttner, 2019). Sin dall'inizio lo studio JAMES ha posto domande sul consumo di contenuti pornografici. Per il terzo sondaggio le domande sono state modificate, cosicché risulta difficile avere un'immagine completa degli anni dal 2014 al 2020.

Le differenze tra generi nella fruizione dei video pornografici – ma non nell'invio di video pornografici – sono cambiate profondamente dal 2014. La visione di video pornografici sul cellulare o computer tra i ragazzi è in diminuzione, ma cresce costantemente tra le ragazze, anche se tra i ragazzi questo tipo di fruizione continua

L'allineamento dei risultati registrati tra i due sessi per quanto riguarda la fruizione di contenuti pornografici può essere spiegato in diversi modi. I giovani al giorno d'oggi ricevono un'educazione sessuale più spontanea rispetto al passato e, grazie all'emancipazione femminile, le ragazze diventano sempre più consapevoli che le loro esigenze hanno lo stesso valore rispetto a quelle dei ragazzi. Film come #FEMALE PLEASURE (Miller, 2018) sono un segnale di questo sviluppo sociale. Anche l'industria pornografica ha riconosciuto le donne come gruppo target e, secondo Bauder & Hajok (2019), produce sempre più materiale «female friendly». Questo trend potrebbe avere degli effetti sulle giovani donne. Un altro possibile motivo di questi cambiamenti è di carattere metodologico: a causa della pandemia, il sondaggio del 2020 è stato svolto online. Questa circostanza ha ridotto, in un tema intimo come la pornografia, gli effetti della desiderabilità sociale in entrambe le direzioni: i ragazzi sentivano di

Figura 6: Contenuti erotici in riferimento al sesso È già successo che...



a essere ancora molto più diffuso. L'analisi sulla pornografia sta procedendo solo lentamente, ragion per cui da questa ricerca non sono emersi risultati sufficienti che possano essere confrontati con i dati attuali. Per questa ragione le seguenti interpretazioni degli andamenti devono essere formulati per lo più come ipotesi e supposizioni.

meno la necessità di vantarsi con i loro colleghi (come osservato sempre nei sondaggi sul campo), mentre le ragazze hanno il coraggio di dichiarare di vedere anche film pornografici. Büttner (2019) descrive di aver trovato nella valutazione di interventi nei forum sulla pornografia una minore differenza fra generi rispetto a

quella riscontrata nel sondaggio diretto condotto tra giovani e giovani adulti. Questo è stato riscontrato anche da Döring (2013).

Più di un semplice allineamento tra i generi è stato riscontrato relativamente alla ricezione e invio di foto o video erotici o provocanti di se stessi. Qui le ragazze hanno superato i ragazzi. In entrambi gli aspetti si tratta da un lato del classico sexting, ma anche di pose erotiche per profili di social network, anche molti balli su TikTok sono caratterizzati da gesti sessualizzati fin troppo spesso in contesti inadatti ai minori. Il sexting viene praticato per lo più nell'ambito di relazioni esistenti, ma in parte anche come tentativo di avviare una relazione (Pro Juventute, 2022). L'aumento del sexting fra le ragazze è dovuto presumibilmente al fatto che anche le ragazze eterosessuali si scambiano foto provocanti l'una con l'altra. La ragione potrebbe essere il bisogno di conferme e riconoscimento sociale. La body positivity è stata negli ultimi anni un tema molto importante in questo ambito. Soprattutto Snapchat viene utilizzato volentieri dai giovani per questo tipo di contenuti, poiché le foto non finiscono automaticamente nella galleria fotografica del dispositivo del destinatario. L'invio di materiale fotografico provocante tra ragazze spiegherebbe anche il motivo per cui più ragazze sono sia mittenti sia destinatarie di tali foto e video. Una possibile spiegazione della diminuzione registrata tra i ragazzi è forse una maggiore consapevolezza relativamente alle immagini e ai video indesiderati, formatasi anche come effetto del movimento #metoo. In questa rientra anche una maggiore sensibilizzazione relativamente al fatto che il sexting non richiesto (i cosiddetti DickPics) rappresenta una forma di molestia sessuale. Si tenga inoltre presente che questo materiale fotografico, prodotto dai minorenni, può essere illegale ed essere considerato pornografia minore. Pertanto è importante trasmettere ai giovani una sensibilizzazione sull'argomento nel quadro della pedagogia mediale e sessuale (SKPPSC Prevenzione Svizzera della Criminalità, 2022). Un'altra ipotesi che può spiegare il rafforzamento in senso positivo o negativo è il fatto che i post erotici o provocanti sui social media dei ragazzi raccolgono meno like rispetto a quelli delle ragazze, il che può essere indicativo del fatto che i ragazzi pubblicano sempre di meno e le ragazze sempre di più post di questo tipo.

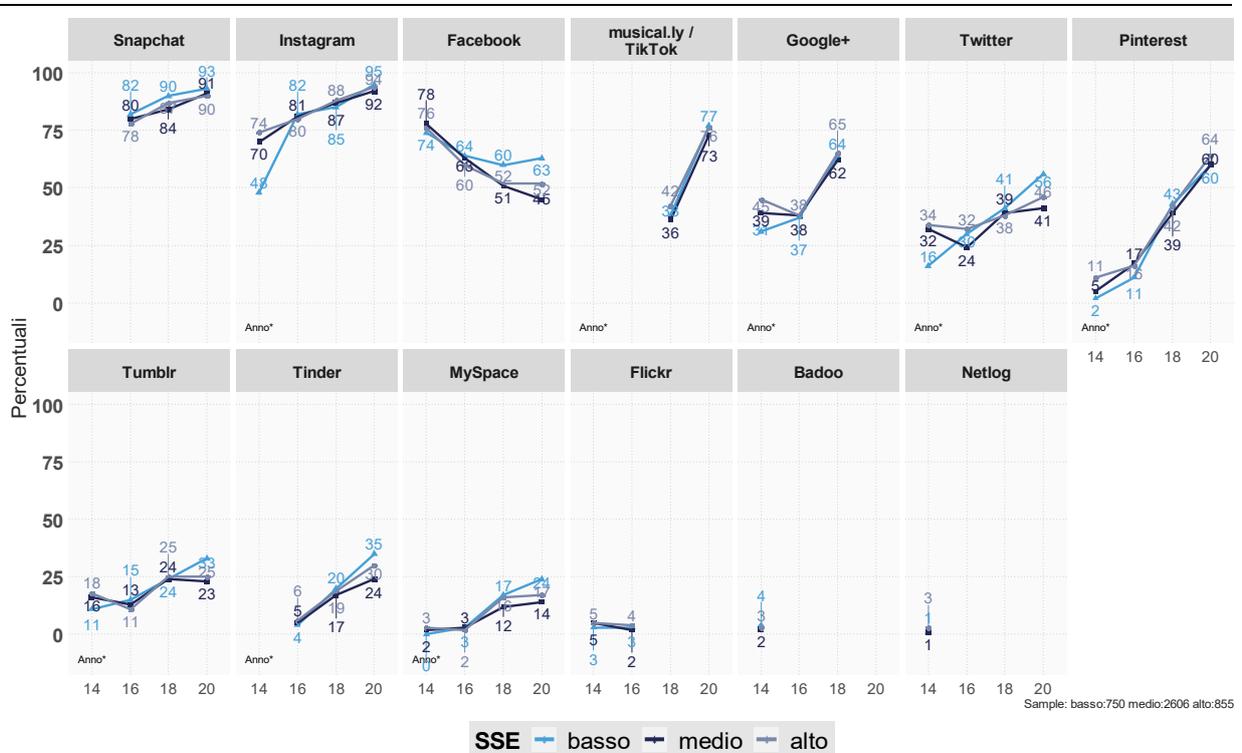
3.7 I social network colmano il gap digitale?

Negli ultimi dieci anni la percentuale di giovani che dispongono di un social network è salita costantemente. Solo su Facebook i giovani tendono ad aprire sempre di meno un profilo. La percentuale di utenti di Facebook diminuisce con il calare dell'età (Bernath et al., 2020). Gli adolescenti utilizzano soprattutto Snapchat, Instagram e TikTok. Colpisce il costante aumento di TikTok negli ultimi due anni.

Relativamente all'utilizzo di Internet viene discusso spesso l'aspetto della disuguaglianza

dieci anni non si osservano grandi differenze fra i tre livelli. Questa mancata differenza potrebbe essere spiegata con l'utilizzo gratuito delle reti. Quando si crea e si utilizza un profilo i giovani non devono sostenere spese. Si paga invece attraverso la pubblicazione dei dati personali durante la registrazione e l'utilizzo delle piattaforme. Altri motivi sono l'elevata diffusione del cellulare e la disponibilità capillare dell'Internet a banda larga. Quasi tutti i giovani utilizzano il cellulare e Internet regolarmente – indipendentemente dal loro SSE (Bernath et al., 2020). L'utilizzo «gratuito» e tutta l'infrastruttura necessaria hanno un effetto di compensazione, cosicché in questa fascia di età non si parla di

Figura 7: Profili nelle social network in riferimento allo SSE



digitale. L'utilizzo generale di Internet in Svizzera dipende dallo stato socioeconomico (SSE). Le economie domestiche con uno SSE più elevato hanno più spesso un accesso a Internet (Latzer, Büchi, Festic & Just, 2017). Questo gap sociale è chiamato anche «digital divide». Per quanto riguarda l'utilizzo dei social network questa tendenza non può tuttavia essere confermata. Al contrario: nel 2020 l'utilizzo di Facebook tra le persone con uno SSE basso è significativamente superiore rispetto alle persone con uno SSE elevato (Bernath et al., 2020). Negli altri social network non si osserva una differenza significativa tra i giovani con uno SSE basso, medio o alto. Anche negli ultimi

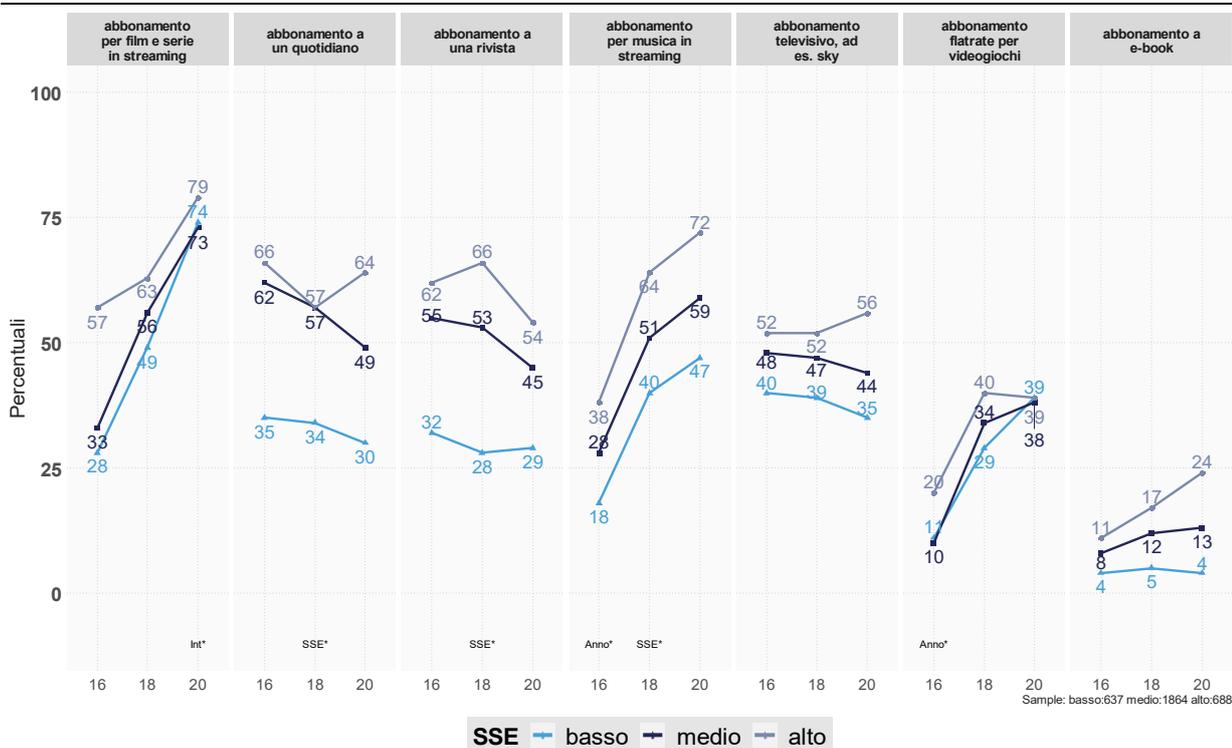
«gap digitale» nei social network. I social network sono pertanto importanti in tutte le fasce giovanili.

3.8 Dove si osservano i segnali del gap digitale?

Se la disponibilità dei social network non sembra dipendere dallo SSE dei giovani (vedi cap. 3.7), in relazione alle offerte a pagamento il quadro è diverso. La speranza che, con la disponi-

indicativo da un lato della rilevanza sociale di questi servizi: analogamente a quello che succede con gli smartphone, potrebbe insorgere una certa pressione alla partecipazione alla quotidianità sociale e allo scambio di opinioni sulle serie e sui film del momento (Weber, 2015). Questo è stato per lo meno osservato

Figura 8: Abbonamenti ai media nell'economia domestica in riferimento allo SSE



bilità capillare di Internet, sia possibile compensare gli squilibri sociali e aprire a tutti le stesse possibilità non è ancora sufficientemente supportata. Come in altri studi (Büchi, 2018; Festic, Büchi & Latzer, 2021; Latzer, Büchi, Kappeler & Festic, 2021) anche qui emerge che online esiste un certo gap, ovvero un «digital divide». A seconda del background sociale alcune offerte sono disponibili in misura più limitata (first-level digital divide) o vengono utilizzate in modo meno proficuo a causa di competenze più limitate (second-level digital divide) (Hargittai, 2002). In relazione all'utilizzo di offerte in abbonamento si osservano in questo ambito diverse tendenze. Quasi tutte le offerte sono più presenti dal 2016 nelle economie domestiche con uno SSE superiore rispetto a quelle con uno SSE più basso. Solo per gli abbonamenti di film e serie in streaming si osserva un significativo allineamento nel corso degli anni. Se questi nel 2016 erano ancora distribuiti in modo disuguale, durante la rilevazione del 2020 non si sono osservate più differenze. Questo potrebbe essere

negli ultimi due sondaggi JAMES (2018 e 2020), quando *La casa de papel*, una produzione di *Netflix*, è risultata essere la serie preferita. Anche le ultime tendenze correlate alla serie coreana *Squid Game* lasciano intendere che i servizi di streaming rivestono un ruolo importante per la comunicazione sociale immediatamente successiva. L'aspetto che la maggior parte di questi abbonamenti di streaming possono essere condivisi e che più persone possono accedervi nello stesso momento, potrebbe favorirne la diffusione anche nelle famiglie con uno SSE più basso. Dall'altro anche la pandemia da coronavirus può aver avuto un ruolo significativo. Il rilevamento dei dati dello studio JAMES 2020 si è svolto durante la prima ondata di coronavirus, nel periodo in cui la Svizzera si trovava in shutdown e le scuole erano per lo più chiuse (Ufficio federale della sanità pubblica, 2020a; Ufficio federale della sanità pubblica, 2020b). A causa delle restrizioni i giovani, e le rispettive famiglie, hanno trascorso più tempo a

casa e presumibilmente le offerte di intrattenimento mediale hanno assunto una certa rilevanza (Bernath et al., 2020). Di primo acchito sembra sorprendente il fatto che questo andamento non sia riscontrabile negli abbonamenti di musica in streaming e negli abbonamenti di e-book. Anche la diffusione dei servizi di musica in streaming è aumentata significativamente dal 2016, tuttavia in modo diverso a seconda dello SSE. Non si è quindi osservato alcun allineamento. Questo è spiegabile con il fatto che per i singoli servizi come *Spotify* è disponibile una versione gratuita che si finanzia con la pubblicità (spotify.com, 2021). Inoltre, gran parte delle offerte musicali possono essere utilizzate anche gratuitamente con i portali video come *YouTube*. Pertanto in questo caso l'offerta a pagamento è più facile da aggirare. Per quanto riguarda gli abbonamenti e-book non si osservano differenze significative negli anni, nemmeno in relazione allo SSE. La lettura dei libri in generale è ormai da anni una delle attività medialie più costanti (vedi capitolo 3.2) e non varia in funzione dello SSE dei giovani. Una differenza molto evidente è osservabile tuttavia nella disponibilità di abbonamenti di riviste e quotidiani. Dal primo rilevamento del 2016 questi abbonamenti si sono diffusi nelle economie domestiche con SSE più basso in misura minore rispetto a quelle con SSE più alto. Qui si osservano da un lato gli effetti di un first-level digital divide classico, ovvero delle barriere all'accesso all'offerta dovute ai costi. Dall'altro sono intuibili anche disuguaglianze relativamente a un utilizzo meno proficuo (second-level digital divide). Già nel 1970 Tichenor & Kollegen avevano coniato il termine di gap delle conoscenze (knowledge gap) argomentando che le persone con un SSE più elevato acquisivano informazioni massmediali più rapidamente rispetto a quelle con un SSE più basso, con la conseguenza che le disuguaglianze esistenti si acuiscono (Tichenor, Donohue & Olien, 1970). Sebbene la popolazione svizzera attualmente acquisisca notizie in generale sempre di più online attraverso i portali notizie o i social network (Centro di ricerca per il pubblico e la società, 2021), sembra tuttavia che questo gap delle informazioni non si sia colmato. Le persone con uno SSE basso tendono infatti a utilizzare Internet meno intensamente per scopi informativi (Festic et al., 2021). Ci si chiede quali effetti comporti questa partecipazione diseguale alla

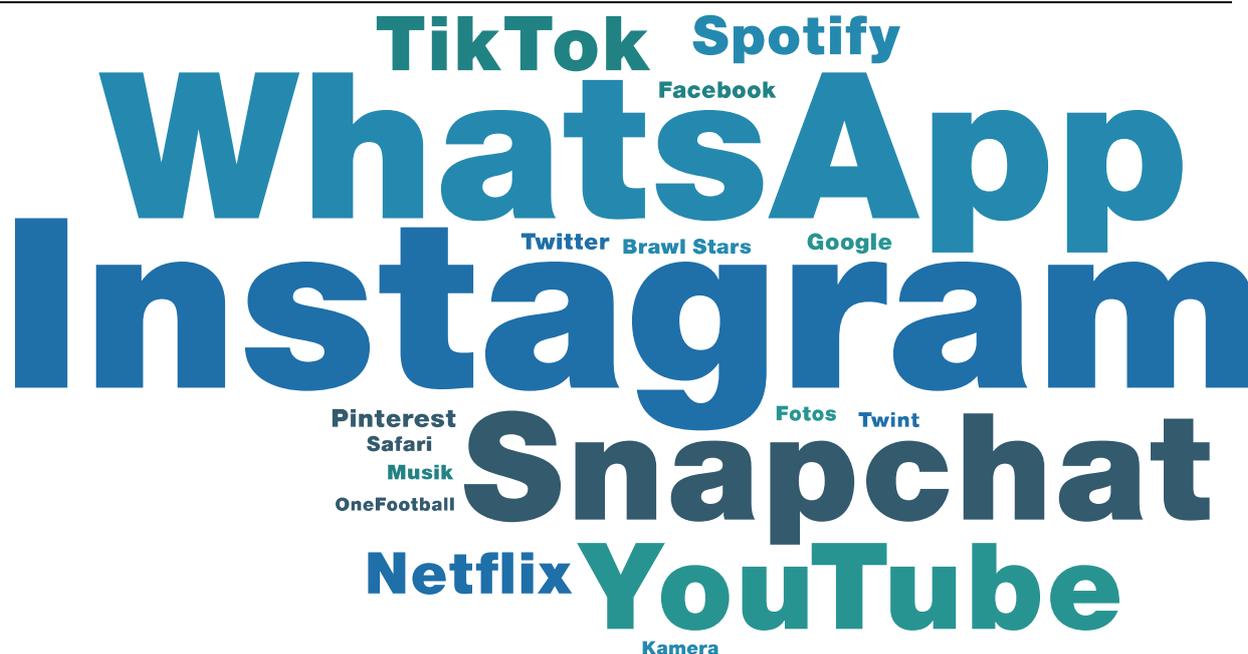
società dell'informazione. Soprattutto in un'epoca caratterizzata da fake news e da teorie complottistiche, sia l'accesso a offerte di informazione qualitativamente elevate e affidabili sia la promozione di competenze giornalistiche sono di fondamentale importanza e ogni persona dovrebbe possederle indipendentemente dallo stato sociale.

contenuti audio, ovvero da app come *Musik* o *iTunes*, nelle quali la musica è fruibile a pagamento, a servizi in streaming, come quelli utilizzabili senza costi fissi diretti, tra i quali soprattutto *Spotify*, che è disponibile dal 2011 in tutta la Svizzera e offre oltre a musica anche podcast e audiolibri. Questi servizi di streaming consentono di selezionare spontaneamente servizi mediali da una raccolta pressoché illimitata a piacimento e gratuitamente, senza vincolarsi a singoli titoli e acquistarli a pagamento separata-

esempio questi servizi di streaming mediante abbonamenti flatrate sempre più disponibili (Bernath et al., 2020).

I **social network** erano già nel 2012 tra le app più amate di molti giovani. Forniscono intrattenimento, notizie e possibilità di esprimere la propria creatività. Nel contempo consentono di seguire virtualmente i propri idoli e di confrontarsi e comunicare con i coetanei. Rivestono inoltre un ruolo centrale anche per quanto riguarda la comunicazione sociale

Figura 10: App per smartphone preferite nell'anno 2020



mente. I giovani sembrano essersi abituati a non dover tenere conto di limitazioni a livello di tempo e contenuto, come succede per esempio con la programmazione lineare delle emittenti radiotelevisive. Rispetto ad altri apparecchi che supportano lo streaming, grazie alla portabilità degli smartphone i giovani possono per esempio occupare il tempo quando sono in giro con i coetanei oppure quando si recano a scuola o al lavoro. A casa i servizi di streaming costituiscono a loro volta un'alternativa all'utilizzo condiviso in famiglia e quindi anche una possibilità di delimitazione. In linea generale è osservabile qui una tendenza di allontanamento dall'archiviazione e dalla proprietà personale di dati verso la fruizione dei contenuti in streaming. Il salvataggio di dati mediali sullo smartphone comporta una serie di vantaggi sotto forma di compiti di gestione e archiviazione, che possono essere considerati pesanti (Vitale, Janzen & McGrenere, 2018). I giovani sembrano sfuggire a questo dilemma dei dati, utilizzando per

immediatamente successiva alla fruizione mediale. Sono altresì importanti per i giovani per quanto riguarda la creazione dell'identità e l'integrazione nella cerchia di amici. Meraviglia quindi ben poco il fatto che la loro popolarità sia incontestabile anche nel 2020. Negli anni si è osservato un graduale ampliamento e un tendenziale avvicinamento delle funzioni – ben presto in tutte le piattaforme è diventato possibile condividere oltre a foto con filtri anche video con traccia audio playback in modo permanente o limitato nel tempo con i propri contatti personali o con il pubblico e scambiarsi messaggi multimediali privati. Tuttavia, per quanto riguarda le app preferite, si è assistito a uno spostamento a favore di piattaforme incentrate sulle immagini (in movimento). *Instagram* è capolista indiscussa e ha superato la consociata *Facebook* – sono ormai pochi i giovani che indicano questa app tra le preferite. Il fatto che *Facebook* abbia fallito apparentemente il salto generazionale è attribuibile anche ad altre statistiche: l'età media

degli utenti in Svizzera è attualmente di 43 anni (IGEM, 2021). Inoltre, fra le top 3 si è osservata una diversificazione nei social network. A quelle preesistenti si è aggiunto *TikTok*, che in brevissimo tempo è entrata a far parte del gruppo dei favoriti. Nel 2014, quando fu pubblicato *musical.ly*, la piattaforma forniva principalmente video riproducibili creati, condivisi e consumati rapidamente, anche se con il tempo vi si trovano sempre più spesso anche contenuti meno artistici, tra cui per esempio i vlog. Degna di nota è inoltre la sempre maggiore importanza acquisita da *Snapchat*. Questo servizio è nato nel 2011 e ha introdotto per primo la funzione, poi resa disponibile anche dagli altri social network, di scambio di messaggi video visibili per un periodo limitato di tempo. L'obiettivo in questo caso non è tanto il salvataggio dei ricordi, come succede per esempio con i classici album fotografici o con i feed (Bayer, Ellison, Schoenebeck & Falk, 2016; Kofoed & Larsen, 2016), bensì chattare spontaneamente mediante «fotografie volatili» (Lobinger & Schreiber, 2017, p. 8), pratica ancora molto diffusa tra i giovani. In questo modo non solo si preserva la memoria dello smartphone, ma può essere un sollievo a livello psichico potersi intrattenere virtualmente senza che vengano fatte delle copie fisiche dei contenuti condivisi che potrebbero essere utilizzati come prova (Bayer et al., 2016; Shein, 2013). Il fascino di una comunicazione di questo tipo potrebbe essere dovuta al fatto di assomigliare alle interazioni personali quotidiane, che possono quindi contribuire a un maggiore benessere (Bayer et al., 2016; Sandstrom & Dunn, 2014). Per quanto riguarda l'**Instant Messaging** tra le app preferite degli adolescenti in Svizzera si osserva una concentrazione e contemporaneamente una fusione di messaggeria e telefonia. Se nel 2012 tra i favoriti venivano indicate numerose app – tra cui *Viber*, *MSN*, *SMS*, *Telefon* o *Blackberry Messenger* –, nel 2020 ha retto solo *WhatsApp*. Oltre al fatto che il suo utilizzo è gratuito, sono anche altri i motivi per cui questa app è così apprezzata. Da un lato *WhatsApp* ha ampliato la sua funzione originaria di Instant Messaging testuale e si è arricchita di funzioni che un tempo erano offerte da singole app a pagamento. Nel 2020 il servizio offre un'ampia gamma di formati di comunicazione con le chiamate telefoniche e video basate su Internet o lo scambio di messaggi vocali e di file. Inoltre, *WhatsApp* è utilizzata dall'84% della popolazione svizzera ed è quindi ampiamente diffusa (IGEM, 2021), ragion per cui è possibile una comunicazione universale con diverse persone

dal contesto sociale come famiglia, amici, scuola, lavoro o associazione. Non è più necessario passare da un'app all'altra a seconda del formato o partner di comunicazione, aspetto che ne rende la fruizione più semplice e soprattutto comoda. Il fatto che la protezione dei dati e la sfera privata in *WhatsApp* non siano delle priorità è ben noto agli adolescenti (Heeg et al., 2018), i quali sembrano tuttavia mettere in secondo piano questo tipo di rischi a favore dei vantaggi menzionati nell'utilizzo quotidiano. Ora ci si chiede se, alla luce dell'entrata in vigore di nuove disposizioni relative alla protezione dei dati, tra i giovani in futuro acquisiranno importanza messenger più sicuri come *Threema* o *Signal*.

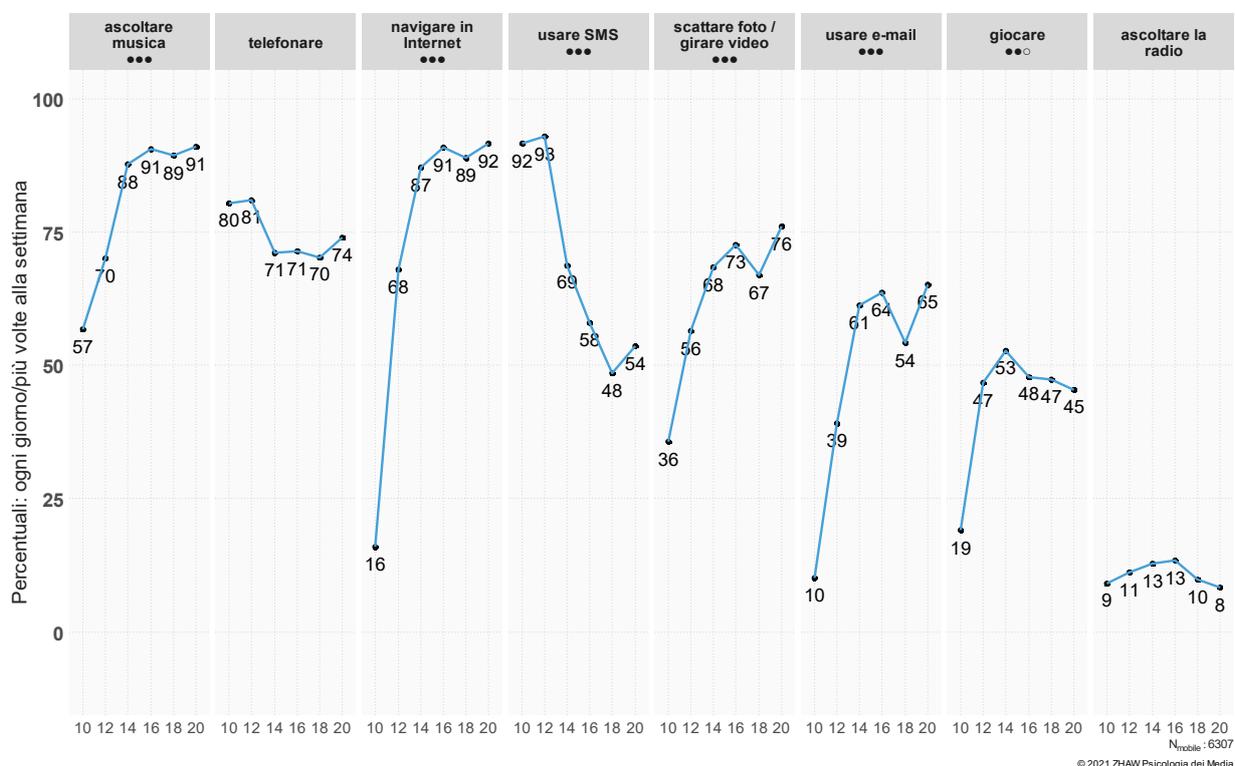
3.10 In che misura lo smartphone ha cambiato il comportamento con il cellulare?

Il comportamento con il cellulare tenuto dai giovani nell'ultimo decennio è cambiato profondamente. Un aumento significativo si è osservato soprattutto in numerose funzioni basate su Internet tra gli anni 2010 e 2014 (cfr. Immagine 11). Ciò è dovuto alla crescente diffusione degli smartphone. Nel 2010 circa la metà dei giovani utilizzatori di cellulare dichiarava di possedere

collegavano sempre a qualche rete WLAN (gratuita), negli anni le cose sono cambiate. È aumentata la percentuale di giovani con abbonamento, mentre è diminuita la quota degli utenti di prepagata (cfr. studi JAMES dal 2010 al 2018). Gli abbonamenti dei cellulari hanno inoltre cominciato a fornire traffici dati gratuiti illimitati o molto elevati, cosicché ora Internet può essere utilizzato in modo interamente indipendente dal luogo.

Gli smartphone consentono ora di navigare in Internet senza computer, di inviare e-mail o di

Figura 11: Utilizzo di funzione del cellulare nel corso del tempo



uno smartphone (Waller & Süss, 2012). Nel 2012 e 2014 le quote sono salite al 79% e al 97% (Willemse et al., 2014; Willemse, Waller, Süss & Huber, 2012). Nel 2020 solo lo 0,2% dichiara di possedere un feature phone, ovvero un telefono con tastiera (Bernath et al., 2020).

Con lo smartphone anche l'Internet mobile è diventato parte della vita quotidiana. Se nel 2011 solo il 20% della popolazione svizzera utilizzava Internet anche in giro, nel 2021 è salita all'86% la percentuale della popolazione complessiva e addirittura al 93% tra i 14-19enni (Latzer et al., 2021). Se molti giovani all'inizio dell'era degli smartphone utilizzavano con moderazione e parsimonia i dati mobili limitati e, se possibile, si

ascoltare musica da una biblioteca pressoché illimitata. Anche per quanto riguarda i giochi sul cellulare si sono aperte molte altre possibilità. Oltre all'accesso a Internet si sono diffusi sempre di più i comandi touch, trasformando l'intero schermo, peraltro più spazioso rispetto ai precedenti cellulari, in aree di gioco e comando. Le videocamere integrate negli smartphone hanno surclassato le comuni fotocamere digitali grazie a un supporto software qualitativamente perfezionato, cosicché oggi è possibile fare foto o video anche di qualità con il cellulare. Grazie a questo sviluppo si sono affermate nuove app fortemente orientate verso l'aspetto visivo, tra cui per esempio Instagram o Snapchat (cfr. capitolo 3.9). Con l'Internet mobile anche le app di

Instant Messaging, WhatsApp in primis, sono diventate parte della vita quotidiana. Queste app hanno ridotto l'utilizzo degli SMS, pur non avendoli ancora soppiantati del tutto. Anche le telefonate sono rimaste tra molti giovani un'attività frequente svolta con il cellulare.

Altre funzioni invece non sono sopravvissute nell'ultimo decennio e a un certo punto non sono state più prese in considerazione nel questionario JAMES. Tra queste l'invio di MMS o la trasmissione di foto/video o file MP3 via Bluetooth.

Complessivamente si rileva che il cellulare oggi viene utilizzato in modo molto più versatile rispetto a dieci anni fa. La tecnologia ha fatto passi da gigante e oggi un'ampia gamma di app diverse consente un utilizzo molto personalizzato del cellulare. Che si tratti di comunicazione, informazione o intrattenimento – tutto è a portata di touch. Lo smartphone è oggi una parte della nostra vita così indispensabile che si sta studiando la misura in cui lo smartphone costituisca una parte irrinunciabile della propria identità (Harkin & Kuss, 2021; Park & Kaye, 2019; Ross & Bayer, 2021).

Con la forte presenza dello smartphone nella vita quotidiana dei giovani si aprono non solo nuove possibilità, ma anche sfide. L'utilizzo degli smartphone pone regolarmente molti giovani davanti a un dilemma (Heeg et al., 2018). Se da un lato lo smartphone consente una comunicazione spontanea e flessibile, dall'altra impone anche una pressione, quella di essere sempre raggiungibili e di dover rispondere sempre subito. Si sono così sviluppati anche nuovi fenomeni, come il «phubbing», durante il quale l'interlocutrice o interlocutore presente fisicamente viene trascurato o ignorato a favore di attività svolte con lo smartphone (Aagaard, 2020). Per imparare a gestire bene lo smartphone non bastano le competenze tecniche e medialità, ma è necessario anche tenere conto di aspetti sociali ed emotivi.

4 Riepilogo e discussione

La gestione dei media da parte dei giovani negli anni tra il 2010 e oggi è stata interessata da una serie di profondi cambiamenti sociali o ha fortemente interagito con essi. Si sono verificati pertanto diversi mutamenti. In alcuni aspetti, invece, si è osservata anche una notevole resistenza, ovvero comportamenti di utilizzo che nel corso del decennio analizzato sono rimasti pressoché invariati. Di seguito vengono elencate sia le tendenze sociali a lungo termine sia le costanti e viene discussa la loro rappresentazione nel comportamento mediale.

La tendenza verso l'**individualizzazione** è indicativa di una tendenza sempre più spiccata verso l'autorealizzazione personale. Alla base vi è l'aumento della libertà di scelta e all'autodeterminazione (Zukunftsinstitut, 2021a). Questo sviluppo è osservabile chiaramente nella fruizione dei media da parte degli adolescenti. L'utilizzo dei media è aumentato per effetto dell'ampliamento dell'offerta: alla TV e radio lineare si sono aggiunti i servizi di streaming on demand come *Netflix* o *Spotify*. Parallelamente alla massiccia diffusione dell'offerta, è stato enormemente facilitato l'accesso ai contenuti, per esempio sotto forma di app pratiche e semplici da usare. Inoltre, la ricezione non dipende più né dall'orario né, grazie allo smartphone, dal luogo. Oggi chiunque può fruire quasi ovunque degli strumenti di informazione e intrattenimento che preferisce. Che si parli di testuale, audio o audiovisivo, la libertà di scelta e l'autodeterminazione negli ultimi dieci anni sono cresciute sensibilmente. Diventano necessarie nuove competenze (mediali). Le consumatrici e i consumatori devono porsi una serie di domande: Come trovo la scelta mediale ottimale per me? Quando e quali contenuti consumare, affinché sia possibile una comunicazione successiva su di essi? Quali app si adattano meglio alla mia raccolta nello smartphone? La gamma di media utilizzati e il repertorio di app diventano l'espressione della personalità individuale e del proprio stile di vita.

La tendenza verso la **connettività** è indicativa di uno sviluppo della società verso una sempre maggiore interconnessione. Questo è stato reso possibile dall'arrivo di infrastrutture digitali, per esempio da Internet o dalla rete mobile, che

hanno dato vita a molte nuove possibilità e che hanno avuto ripercussioni dirette sulla vita quotidiana di ognuno (Zukunftsinstitut, 2021b). E questo effetto è visibile anche nella gestione dei media da parte dei giovani. La diffusione e l'utilizzo di Internet e dello smartphone nell'ultimo decennio sono aumentati, e con essi le piattaforme di comunicazione basate su Internet come i servizi messaggistica o i social network. Questi servizi vengono utilizzati regolarmente dai giovani per comunicazioni sia individuali che di gruppo. Gli adolescenti utilizzano questi canali per organizzarsi e comunicare in contesti privati, scolastici e sociali. La tendenza verso la connettività è stata non da ultimo un presupposto fondamentale affinché in tempi di crisi, per esempio durante la pandemia di coronavirus, fosse possibile svolgere le attività didattiche da remoto. Tra gli aspetti negativi di questa maggiore interconnessione rientrano la raggiungibilità continua, il flusso di comunicazioni inarrestabile o la pressione continua di documentare costantemente la propria vita con foto e video nelle più disparate piattaforme social. Anche in questo caso sono necessarie nuove competenze per tenere il passo con lo sviluppo e integrarlo in modo proficuo nella propria vita.

Con il **gender shift** i tradizionali modelli di ruolo maschili e femminili stanno perdendo sempre più importanza. Il sesso non è più scolpito nella pietra, e diventano possibili toni intermedi e fluidi (Kelber, 2022). Il gender shift si manifesta in determinati aspetti del comportamento mediale dei giovani: femminilità ed erotismo vengono inseriti consapevolmente dalle ragazze nella quotidianità digitale. L'utilizzo sapiente di materiale fotografico autoprodotta di natura erotica si svincola dai tabù ed è equiparato a uno stile d'abbigliamento più libero per le occasioni di uscita. Anche nella fruizione della pornografia di produzione industriale i due sessi stanno colmando il gap preesistente: le ragazze la consumano più spesso, i giovani meno spesso. Le preferenze di consumo dipendono sempre meno dai ruoli sessuali assegnati e sempre più dalle preferenze individuali. L'industria reagisce e produce sempre più film «female-friendly», nei quali i ruoli femminili e maschili sono meno caratterizzati da discutibili modelli stereotipati. A fronte di questo allineamento dei due sessi in alcuni aspetti della fruizione dei media si osservano però delle **differenze stabili fra i sessi**: le

ragazze leggono più spesso libri, i giovani trascorrono invece più tempo giocando ai videogiochi. Evidentemente i sessi traggono qui un diverso valore aggiunto dal rispettivo strumento mediale. Se queste differenze saranno osservabili anche nel prossimo decennio, potrebbe essere possibile individuare eventualmente anche delle cause biologiche.

Un'altra tendenza osservabile anche tra i giovani in Svizzera è il **relationship minimalism** (Nordmann, 2021). Per «minimalismo relazionale» si intende avere e curare pochi contatti, ma stretti e individuali. Soprattutto i giovani «liberano» il loro spazio sociale da molti amici e si limitano a poche amicizie ma più intime. Questa tendenza rappresenta l'adozione di uno stile di vita minimalista anche relativamente al possesso materiale. Il motto di questo movimento è: meno è più – il beneficio che se ne trae è una vita meno improntata al consumo, più semplice e quindi anche più felice (Nordmann, 2021). Indicativo del minimalismo relazionale è anche la riduzione degli incontri personali con gli amici. L'aumento di questa tendenza era osservabile tra gli adolescenti già prima della pandemia. Per contro, i giovani al giorno d'oggi intraprendono più spesso attività nella loro cerchia familiare. Si potrebbe dedurre che i giovani pongono il focus su meno amici, ma più stretti, e sulla famiglia. Ci si chiede se questa tendenza si manifesti anche nei contatti online, se anche in questo tipo di contatti si osservino le «tendenze alla pulizia» o se in questo caso subentri l'effetto contrario, ovvero che la rete diventi una sorta di luogo di compensazione per la rete personale.

Il **digital divide** (divario digitale) non è invece tanto una tendenza, quanto piuttosto la descrizione di una situazione sociale. Il divario digitale descrive le disuguaglianze demografiche e socioeconomiche relativamente all'accesso e all'utilizzo delle tecnologie di comunicazione e informazione (Ritzhaupt, Cheng, Luo & Hohlfeld, 2020). Questo divario si osserva tra i giovani in Svizzera soprattutto nei mezzi di informazione di tipo testuale. Gli abbonamenti a quotidiani e riviste sono utilizzati più spesso da giovani provenienti da famiglie di livello socioeconomico migliore. Lo stesso vale per gli abbonamenti di musica in streaming. Un altro divario, non digitale, si è manifestato nelle attività sportive extrascolastiche. I giovani appartenenti a

famiglie con livello socioeconomico più basso praticano sport extrascolastici sempre meno di frequente rispetto ai coetanei di famiglie di livello socioeconomico maggiore. Poiché lo sport è un fattore importante per la salute fisica e mentale, la società deve intervenire per invertire questa tendenza. Non è ammissibile che in un Paese come la Svizzera l'attività sportiva dei giovani dipenda dal reddito dei loro genitori. Questo **activity gap** deve essere pertanto colmato il più presto possibile. Il divario digitale non è invece osservabile nei social network. Poiché la creazione di un profilo è gratuita, le ragioni economiche non rivestono alcun ruolo. Si paga con i dati personali e questi possono essere resi disponibili da tutti gli strati sociali. Lo stesso vale per gli abbonamenti a servizi di film e serie in streaming, che sono presenti in circa tre quarti delle economie domestiche, in tutti gli strati socioeconomici. Anche negli abbonamenti flatrate per videogiochi non si osservano differenze. La disponibilità a spendere del denaro per un abbonamento a un servizio mediale sembra esserci se si tratta di un'offerta orientata all'intrattenimento. Il livellamento dell'accesso a Internet è strettamente collegato all'ampia diffusione degli smartphone e dei relativi abbonamenti flatrate.

Oltre alle tendenze menzionate nel decennio analizzato si sono osservate tuttavia anche sorprendenti **costanti** nell'utilizzo dei media. La frequenza di lettura dei libri tra i giovani, nonostante l'inarrestabile digitalizzazione, rimane stabile. A quanto pare il libro offre un valore che riesce sempre a imporsi contro i nuovi concorrenti digitali. Anche l'utilizzo dei videogiochi rimane costante. Entrambe le attività sono accomunate dal fatto che consentono di ottenere per lo più un'esperienza di divertimento ottimale e che vengono svolte consapevolmente. Chiaramente è necessario dedicare a queste attività una certa quantità di tempo esclusivo per poter raggiungere un livello di divertimento soddisfacente. Si è rivelata costante anche la fruizione della violenza nei media. Sebbene in alcuni luoghi si registri un aumento della violenza e criminalità giovanile, questa *non* va di pari passo con l'aumento della violenza nei media e pertanto questa non può essere considerata la possibile causa del problema (Baier, 2021). Un altro valore fisso è costituito dal maggiore tempo medio che i giovani con passato migratorio trascorrono

utilizzando cellulare, Internet e videogiochi rispetto ai loro coetanei svizzeri. I motivi sono vari e risiedono indubbiamente nel contesto multiculturale dei giovani con passato migratorio: qui i media aiutano gli adolescenti a creare dei ponti tra diverse culture, usanze, lingue e religioni. Che si tratti di valori costanti o di cambiamento – gli studi JAMES condotti negli ultimi dieci anni hanno evidenziato chiaramente che i media sono strumenti indispensabili nella quotidianità dei giovani e incidono in larga misura nell'organizzazione del loro tempo libero. In quale forma ciò si manifesterà in futuro sarà possibile scoprirlo nel prossimo decennio.

5 Letteratura

- Aagaard, J. (2020). Digital akrasia: A qualitative study of phubbing. *AI & SOCIETY*, 35(1), 237–244. <https://doi.org/10.1007/s00146-019-00876-0>
- Albrecht, I., Kottlow, M., Stocker, P. & Ziegler, H. (2021). *Rund ein Drittel der Kinder und Jugendlichen in der Schweiz ist gestresst – Erkenntnisse für Jugendliche, Eltern und Schulen*. Zürich: Pro Juventute Schweiz.
- Baier, D. (2021). *Anstieg der Jugendkriminalität in der Schweiz: Was sind mögliche Gründe?*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- BAK, B. für K. (o. J.). Musikalische Bildung. Zugriff am 10.12.2021. Verfügbar unter: <https://www.bak.admin.ch/bak/de/home/sprachen-und-gesellschaft/musikalische-bildung.html>
- BAKOM, B. für K. (2021). Anzahl Mobilfunkkundinnen und -kunden. *Telekommunikation – Zahlen und Fakten*. Zugriff am 10.11.2021. Verfügbar unter: <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/telekommunikation/zahlen-und-fakten/sammlung-statistischer-daten/mobilfunk/anzahl-mobilfunkkundinnen-und-kunden.html>
- Bauder, N. & Hajok, D. (2019). Jugend und Pornografie. Aktuelle Perspektiven auf einen «Klassiker» des Jugendmedienschutzes. *JMS Jugend Medien Schutz-Report*, 42(2), 2–7. <https://doi.org/10.5771/0170-5067-2019-2-2>
- Bayer, J. B., Ellison, N. B., Schoenebeck, S. Y. & Falk, E. B. (2016). Sharing the small moments: ephemeral social interaction on Snapchat. *Information, Communication & Society*, 19(7), 956–977. Routledge. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1084349>
- Bernath, J., Suter, L., Waller, G., Külling, C., Willemsse, I. & Süss, D. (2020). *JAMES - Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz: Ergebnisbericht 2020*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Bernecker, K. & Becker, D. (2021). Beyond Self-Control: Mechanisms of Hedonic Goal Pursuit and Its Relevance for Well-Being. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 47(4), 627–642. SAGE Publications Inc. <https://doi.org/10.1177/0146167220941998>
- Berweger, B. & Bischofberger, C. (2016). Fokusgruppen JAMES – Gespräche mit Jugendlichen über ihren Medienumgang. Präsentation unveröffentlicht, ZHAW Zürich.
- Bonfadelli, Heinz, Bucher, Priska, Hanetseder, Christa, Hermann, Thomas, Ideli, Mustafa & Moser, Heinz (2008). *Jugend, Medien und Migration: Empirische Ergebnisse und Perspektiven* (1st ed. 2008.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-91149-6>
- Büchi, M. (2018). How Social Well-Being Is Affected by Digital Inequalities, 21.
- Bundesamt für Gesundheit. (2020a). Bundesrat lockert schrittweise Massnahmen zum Schutz vor dem neuen Coronavirus. Zugriff am 6.1.2022. Verfügbar unter: <https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/das-bag/aktuell/medienmitteilungen.msg-id-78818.html>
- Bundesamt für Gesundheit. (2020b). Coronavirus: Bundesrat beschliesst weitgehende Lockerungen per 6. Juni. Zugriff am 6.1.2022. Verfügbar unter: <https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/das-bag/aktuell/medienmitteilungen.msg-id-79268.html>
- Bundesamt für Statistik, B. (2022). Ausländische Bevölkerung in der Schweiz. *Ausländische Bevölkerung in der Schweiz*. Zugriff am 14.1.2022. Verfügbar unter: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/migration-integration/auslaendische-bevoelkerung.html>
- Büttner, M. (2019). Der Blick junger Frauen auf Pornografie – Qualitative Analyse eines Onlineforums (Angewandte Sexualwissenschaft). *Geschlechtliche und sexuelle Selbstbestimmung durch Kunst und Medien – Neue Zugänge zur sexuellen Bildung* (S. 353–387). Giessen: Psychosozial-Verlag.

- Currie, C., Molcho, M., Boyce, W., Holstein, B., Torsheim, T. & Richter, M. (2008). Researching Health Inequalities in Adolescents: The Development of the Health Behaviour in School-Aged Children (HBSC) Family Affluence Scale. *Social Science & Medicine*, 66, 1429–1436.
- Döring, N. (2013). Wie wird Pornografie in Online-Foren diskutiert? *Z Sex Forsch*, 26(04), 305–329.
- Eisenegger, M. & Vogler, D. (2021). Die Corona-Pandemie als Katalysator für die strukturelle Krise des Informationsjournalismus. *Jahrbuch – Qualität der Medien 2021*. Zürich: Schwabe / fög Universität Zürich.
- Feierabend, S. & Klingler, W. (1998). *JIM 98 – Jugend, Information, (Multi-)Media*. Baden-Baden: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.
- Festic, N., Büchi, M. & Latzer, M. (2021). It's still a thing: digital inequalities and their evolution in the information society. *Studies in Communication and Media*, 10(3), 326–361. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2021-3-326>
- Fischer, D. (2012). Bildung Schweiz. *Musik will nicht die zweite Geige spielen*, (9), 9.
- Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft. (2021). *Jahrbuch Qualität der Medien*. Zürich: Schwabe. Zugriff am 11.11.2021. Verfügbar unter: <http://www.foeg.uzh.ch/de/jahrbuch-qualitaet-der-medien.html>
- Gränicher, P. (2021). *Sportmotorische Bestandesaufnahme SMBA Motorische Fähigkeiten der Erstklässlerinnen und Erstklässler der Stadt Zürich*. Sportamt Stadt Zürich.
- Grossegger, B. (2014). Burn out – slow down? *Pädiatrie & Pädologie*, 49(4), 29–32. <https://doi.org/10.1007/s00608-014-0154-2>
- Hankonen, N., Heino, M. T. J., Kujala, E., Hynynen, S.-T., Absetz, P., Araújo-Soares, V. et al. (2017). What explains the socioeconomic status gap in activity? Educational differences in determinants of physical activity and screentime. *BMC Public Health*, 17(1), 144. <https://doi.org/10.1186/s12889-016-3880-5>
- Hargittai, E. (2002). Second-Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v7i4.942>
- Harkin, L. J. & Kuss, D. (2021). "My smartphone is an extension of myself": A holistic qualitative exploration of the impact of using a smartphone. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 28–38. US: Educational Publishing Foundation. <https://doi.org/10.1037/ppm0000278>
- Heeg, R., Genner, S., Steiner, O., Schmid, M., Suter, L. & Süss, D. (2018). *Generation Smartphone. Ein partizipatives Forschungsprojekt mit Jugendlichen*. Basel und Zürich: Hochschule für Soziale Arbeit FHNW und ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Verfügbar unter: www.generationsmartphone.ch
- Hirnstain, M. & Hausmann, M. (2010). Neuropsychologie. In G. Steins (Hrsg.), *Handbuch Psychologie und Geschlechterforschung* (S. 69–85). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92180-8_5
- Hoefl, F., Watson, C., Kesler, S., Bettinger, K. & Reiss, A. (2008). Gender differences in the mesocorticolimbic system during computer game-play. *JOURNAL OF PSYCHIATRIC RESEARCH*, 42(4), 253–258. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2007.11.010>
- Hüttermann, M. (2021). *eSports Schweiz 2021: eine Studie des Instituts für Marketing Management*. Winterthur: ZHAW School of Management and Law. Zugriff am 13.1.2022. Verfügbar unter: <https://digitalcollection.zhaw.ch/handle/11475/22296>
- IGEM. (2021). *Zusammenfassung IGEM-Digimonitor 2021. Die repräsentative Studie zur digitalen Schweiz*. Zürich: IGEM Interessengemeinschaft elektronische Medien.
- Kelber, C. (2022). Gender Shift: Zukunft der Geschlechter. *Zukunftsinstitut*. Zugriff am 10.1.2022. Verfügbar unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/gender-shift-zukunft-der-geschlechterrollen/>
- Kent, S. L. (2001). *The Ultimate History of Video Games: From Pong to Pokemon – the Story behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World*. USA: Prima Communications, Inc.

- Kofoed, J. & Larsen, M. C. (2016). A snap of intimacy: Photo-sharing practices among young people on social media. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v21i11.6905>
- Kramer, M. (2020). *Visuelle Biografiearbeit: Smartphone-Fotografie in der Adoleszenz aus medienpädagogischer Perspektive*. Baden-Baden: Nomos.
- Kunczik, Michael. (2017). *Medien und Gewalt: Überblick über den aktuellen Stand der Forschung und der Theoriediskussion (essentials) (1st ed. 2017.)*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-16543-7>
- Lamprecht, M., Bürgi, R., Gebert, A. & Stamm, H. (2021). Sport Schweiz 2020 – Kinder- und Jugendbericht, 68.
- Latzer, M., Büchi, M., Festic, N. & Just, N. (2017). Internetverbreitung und digitale Bruchlinien in der Schweiz 2017. Universität Zürich. <https://doi.org/10.5167/UZH-142248>
- Latzer, M., Büchi, M., Kappeler, K. & Festic, N. (2021). *Internetverbreitung und digitale Bruchlinien in der Schweiz 2021. Themenbericht aus dem World Internet Project – Switzerland 2021*. Zürich: Universität Zürich. Verfügbar unter: <http://mediachange.ch/research/wip-ch-2021>
- Lobinger, K. & Schreiber, M. (2017). Photo Sharing (Springer Reference Sozialwissenschaften). In K. Lobinger (Hrsg.), *Handbuch Visuelle Kommunikationsforschung* (S. 1–22). Wiesbaden: Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06738-0_19-1
- Lüdeke, S. (2018). Peerbeziehungen. *Verhaltensprobleme bei Jugendlichen* (S. 55–74). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20600-0_5
- Makhanova, A., McNulty, J. K. & Maner, J. K. (2017). Relative Physical Position as an Impression-Management Strategy: Sex Differences in Its Use and Implications. *Psychological Science*, 28(5), 567–577. SAGE Publications Inc. <https://doi.org/10.1177/0956797616688885>
- Miller, B. (2018). *#FEMALE PLEASURE*. Filmcoopi Zürich. Verfügbar unter: <https://www.femalepleasure.org/>
- Nordmann, L. (2021). Relationship Minimalism: Ist im Sozialleben weniger mehr? *Philosophie Magazin*. Zugriff am 28.12.2021. Verfügbar unter: <https://www.philomag.de/artikel/relationship-minimalism-ist-im-sozialleben-weniger-mehr>
- Park, C. S. & Kaye, B. K. (2019). Smartphone and self-extension: Functionally, anthropomorphically, and ontologically extending self via the smartphone. *Mobile Media & Communication*, 7(2), 215–231. SAGE Publications. <https://doi.org/10.1177/2050157918808327>
- Pro Juventute. (2022, Januar 10). Wenn Sexting öffentlich wird. *Medien & Internet*. Zugriff am 10.1.2022. Verfügbar unter: <https://www.projuventute.ch/de/eltern/medien-internet/sexting>
- Rainie, L., Brenner, J. & Purcell, K. (2012). *Photos and Videos as Social Currency Online*. Washington: Pew Research Center's Internet & American Life Project.
- Rao, P. & Taboada, M. (2021). Gender Bias in the News: A Scalable Topic Modelling and Visualization Framework. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 4, 82. <https://doi.org/10.3389/frai.2021.664737>
- Ritzhaupt, A. D., Cheng, L., Luo, W. & Hohlfeld, T. N. (2020). The Digital Divide in Formal Educational Settings: The Past, Present, and Future Relevance. In M.J. Bishop, E. Boling, J. Elen & V. Svihla (Hrsg.), *Handbook of Research in Educational Communications and Technology: Learning Design* (S. 483–504). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36119-8_23
- Ross, M. Q. & Bayer, J. B. (2021). Explicating self-phones: Dimensions and correlates of smartphone self-extension. *Mobile Media & Communication*, 9(3), 488–512. SAGE Publications. <https://doi.org/10.1177/2050157920980508>
- Rüegsegger, M. & Brauchli, V. (2019). JAMESfokus – Gespräche mit Jugendlichen über ihren Medienumgang. Präsentation unveröffentlicht, ZHAW Zürich.
- Sandstrom, G. M. & Dunn, E. W. (2014). Social Interactions and Well-Being: The Surprising Power of Weak Ties. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(7), 910–922. SAGE Publications Inc. <https://doi.org/10.1177/0146167214529799>

- Selva, M. & Andi, S. (2020). *Women and News: An Overview of Audience Behaviour in 11 Countries*. (S. 44). Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Shein, E. (2013). Ephemeral data. *Communications of the ACM*, 56(9), 20–22. <https://doi.org/10.1145/2500468.2500474>
- SKPPSC Schweizerische Kriminalprävention. (2022, Januar 10). Sexting und Sie? Hätten Sie ja gesagt? Zugriff am 10.1.2022. Verfügbar unter: <https://www.skppsc.ch/de/download/sexting/>
- Slater, M. D. (2003). Alienation, Aggression, and Sensation Seeking as Predictors of Adolescent Use of Violent Film, Computer, and Website Content. *Journal of Communication*, 53(1), 105–121. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb03008.x>
- spotify.com. (2021). Über uns. Zugriff am 10.1.2022. Verfügbar unter: <https://www.spotify.com/de/about-us/contact/>
- Stefanone, M. A., Lackaff, D. & Rosen, D. (2011). Contingencies of Self-Worth and Social-Networking-Site Behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1–2), 41–49. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0049>
- Tichenor, P. J., Donohue, G. A. & Olien, C. N. (1970). Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34(2), 159–170. <https://doi.org/10.1086/267786>
- Topping, K. J. (2015). Fiction and Non-Fiction Reading and Comprehension in Preferred Books. *Reading Psychology*, 36(4), 350–387. Routledge. <https://doi.org/10.1080/02702711.2013.865692>
- Uusen, A. & Mürsepp, M. (2012). Gender Differences in Reading Habits Among Boys and Girls of Basic School in Estonia. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 69, 1795–1804. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.12.129>
- Vitale, F., Janzen, I. & McGrenere, J. (2018). Hoarding and Minimalism: Tendencies in Digital Data Preservation. *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (S. 1–12). New York, NY, USA: Association for Computing Machinery. Zugriff am 9.12.2021. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1145/3173574.3174161>
- Waller, G., Külling, C., Bernath, J., Suter, L. & Süss, D. (2019). *JAMESfocus – News und Fake News*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Waller, G. & Süss, D. (2012). *Handygebrauch bei Jugendlichen: Grenzen zwischen engagierter Nutzung und Verhaltenssucht*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.21256/zhaw-4317>
- Weber, M. (2015). *Der soziale Rezipient*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-08748-7>
- Willemse, I., Waller, G., Genner, S., Suter, L., Oppliger, S., Huber, A.-L. et al. (2014). *JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz: Ergebnisbericht 2014*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Willemse, I., Waller, G., Süss, D. & Huber, A.-L. (2012). *JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz: Ergebnisbericht 2012*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Yarosh, D. B. (2019). Perception and Deception: Human Beauty and the Brain. *Behavioral Sciences (Basel, Switzerland)*, 9(4), 34. MDPI. <https://doi.org/10.3390/bs9040034>
- Zöllner, O. (2009). *Medien, Migration, Identität. Migranten und ihre Mediennutzung. Drei Projektberichte aus der Urbanregion Stuttgart*. Stuttgart: Hochschule der Medien Stuttgart. Verfügbar unter: https://hdms.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/631/file/medien_migration_identitaet.pdf
- Zukunftsinstitut. (2021a). Megatrend Individualisierung. *Zukunftsinstitut*. Zugriff am 29.12.2021. Verfügbar unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-individualisierung/>
- Zukunftsinstitut. (2021b). Megatrend Konnektivität. *Zukunftsinstitut*. Zugriff am 29.12.2021. Verfügbar unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-konnektivitaet/>

Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

Angewandte Psychologie

Pfingstweidstrasse 96
Casella postale
CH-8037 Zurigo

Telefono +41 58 934 83 10
Fax +41 58 934 83 39

info.psychologie@zhaw.ch
www.zhaw.ch/psychologie