Sintesi dello studio



Swipe, Skip, Select.
Utilizzo e preferenze relative alle notizie tra le persone giovani adulte in Svizzera.

Su incarico dell'associazione ProMedia
luglio 2026

Direzione dello studio :
Franziska Oehmer-Pedrazzi | FH Graubünden | MILEVA INSTITUT |
Stefano Pedrazzi | MILEVA INSTITUT

KEYSTONE SDA

FH GR Fachhochschule Graubünden
University of Applied Sciences

MILEVA INSTITUT für Digitales und Gesellschaft Schweiz

Autrici e autori:
Franziska Oehmer-Pedrazzi, MILEVA INSTITUT für Digitales und Gesellschaft | Scuola universitaria professionale dei Grigioni | franziska.oehmer-pedrazzi@mileva-institut.ch

Stefano Pedrazzi, MILEVA INSTITUT für Digitales und Gesellschaft | stefano.pedrazzi@mileva-institut.ch

Lo studio è stato realizzato su incarico dell'associazione ProMedia dal MILEVA INSTITUT e dalla Scuola universitaria professionale dei Grigioni. È stato sostenuto dall'Ufficio federale delle comunicazioni (UFCOM).

Verein ProMedia | Keystone-SDA-ATS AG
Wankdorfalle 5 I
3014 Bern

SINTESI ESECUTIVA

- **Obiettivo:** Il presente studio analizza il modo in cui le persone giovani adulte tra i 18 e i 25 anni in Svizzera fruiscono delle notizie, le situazioni quotidiane in cui entrano in contatto con esse e i temi, le modalità di presentazione e i formati giornalistici che preferiscono. I risultati intendono fornire, in particolare, una base empirica per lo sviluppo di offerte informative adeguate alle esigenze di questo pubblico.
- **Metodi e base empirica:** Lo studio combina tre approcci metodologici. In primo luogo, è stata condotta un'indagine online standardizzata e differenziata per regione linguistica, alla quale hanno partecipato 873 persone giovani adulte della Svizzera tedesca, della Svizzera romanda e della Svizzera italiana. In secondo luogo, 136 persone hanno partecipato a uno studio basato su un diario dei media della durata di sette giorni, anch'esso differenziato in base alle regioni linguistiche (complessivamente sono stati analizzati 701 questionari giornalieri). In terzo luogo, i contenuti giornalistici documentati nell'ambito dello studio con diario e che è stato possibile identificare e ricostruire (n = 348) sono stati sottoposti ad un'analisi del contenuto.

Principali risultati relativi alla fruizione delle notizie

- **Interesse generale per le notizie e fruizione autodichiarata:** L'indagine standardizzata mostra che le persone giovani adulte non si sono fondamentalmente allontanate dalle notizie. L'interesse medio per le notizie si colloca al di sopra del punto centrale della scala. Inoltre, il 71,5% delle persone intervistate ha dichiarato di fruire delle notizie almeno più volte alla settimana e il 40,0% almeno una volta al giorno. Le principali motivazioni indicate sono il desiderio di essere informati sugli avvenimenti mondiali e la possibilità di formarsi una propria opinione. L'indagine rileva soprattutto gli atteggiamenti generali, le abitudini e le autovalutazioni riguardanti la fruizione delle notizie.
- **Contatti concreti con le notizie nella vita quotidiana:** Lo studio con diario mediatico integra queste indicazioni generali offrendo una prospettiva più vicina alla quotidianità, incentrata su contatti con l'attualità effettivamente ricordati. Nella maggior parte delle giornate documentate, le persone partecipanti sono state in grado di indicare uno specifico contenuto giornalistico rimasto loro impresso. Nelle altre giornate, o non avevano fruito di notizie, oppure non era rimasto in memoria alcun contenuto preciso. Il confronto tra i due approcci metodologici mostra quindi che una fruizione regolare delle notizie dichiarata dagli intervistati non si traduce automaticamente, ogni giorno, in un contatto consapevole e memorabile con uno specifico contenuto giornalistico.
- **Fruizione digitale, mobile e ibrida delle notizie:** I social media rappresentano il principale canale generale di accesso alle notizie, con l'84,8%. Anche i siti web e le applicazioni giornalistiche rivestono un ruolo significativo, con il 46,0%. Vengono inoltre utilizzati la televisione, la radio e i podcast, sebbene in misura nettamente inferiore. Con il 95,3%, lo smartphone è di gran lunga il dispositivo più importante per la fruizione delle notizie. Le persone giovani adulte non si affidano pertanto a un unico canale, ma utilizzano sia le piattaforme sia le offerte giornalistiche online.
- **Collocazione temporale e situazionale:** Le notizie vengono fruite nel corso dell'intera giornata, ma con particolare frequenza la sera. Tra le situazioni quotidiane analizzate, la fruizione sui trasporti pubblici o in automobile risulta la più marcata. I contatti con le notizie avvengono quindi spesso in mobilità, durante gli spostamenti e all'interno di finestre temporali limitate.

Risultati relativi alla percezione e alle preferenze nella fruizione delle notizie

- **Percezione delle notizie:** Le notizie sono complessivamente giudicate importanti e per lo più percepite come prevalentemente interessanti a livello personale. Allo stesso tempo, la loro tonalità spesso negativa viene percepita in modo critico. Il valore di intrattenimento delle notizie riceve invece una valutazione soltanto media. Le persone giovani adulte non rifiutano quindi l'informazione per principio, ma individuano un potenziale di miglioramento per quanto riguarda la tonalità, la pertinenza e la presentazione.
- **Preferenze tematiche:** Secondo i risultati dell'indagine, i temi che suscitano il maggiore interesse sono salute, medicina e alimentazione, istruzione e scienza, cultura, nonché studio e formazione. Anche la politica svizzera e internazionale riscuote un interesse superiore alla media. Videogiochi, finanze, lifestyle e celebrità ottengono invece valori più bassi. I risultati evidenziano quindi un chiaro interesse per temi legati alla vita quotidiana e all'istruzione. Nello studio con diario mediatico, tra i contenuti giornalistici ricordati prevalevano invece criminalità e violazioni della legge, sport, incidenti e politica. Salute, istruzione, scienza e cultura risultavano nettamente meno presenti nei contenuti ricordati rispetto a quanto ci si sarebbe potuti attendere sulla base degli interessi tematici espressi nell'indagine standardizzata. Inoltre, la maggior parte dei contenuti codificati non presentava alcun riferimento diretto, o soltanto un riferimento limitato, alla realtà quotidiana delle persone giovani adulte. Emerge pertanto una differenza riconoscibile tra il desiderio di contenuti personalmente rilevanti e vicini alla vita quotidiana e le notizie effettivamente ricordate durante il periodo di analisi.
- **Media:** Le notizie ricordate nello studio con diario provenivano prevalentemente da media svizzeri ed erano per la maggior parte liberamente accessibili. *20 Minuten* rispettivamente *20 minutes*, SRF, *Blick* e RTS sono stati ricordati con particolare frequenza. A livello di tipologia di media, le offerte del servizio pubblico e i media di carattere popolare risultavano quindi rappresentati in misura pressoché equivalente. La visibilità, la facilità di accesso e basse soglie di accesso, rispettivamente l'assenza di un paywall, si rivelano quindi condizioni centrali per la memorizzazione delle notizie.
- **Requisiti relativi alla presentazione e alla qualità:** I requisiti più importanti posti alle notizie sono la comprensibilità, la trasparenza delle fonti e delle procedure giornalistiche, nonché un'analisi critica. Anche le offerte multimediali ricevono un chiaro consenso. La comunicazione emotiva, la personalizzazione e la messa in scena drammaturgica sono invece considerate meno importanti. Le persone giovani adulte desiderano introduzioni brevi, visive e rapidamente comprensibili che, in presenza di un interesse maggiore, permettano di accedere a informazioni contestuali, fonti e spiegazioni più approfondite.
- **Orientamento alle soluzioni e tonalità:** Nei contenuti ricordati, gli approcci orientati alle soluzioni compaiono soltanto raramente, sebbene gli intervistati siano generalmente favorevoli a un giornalismo orientato alle soluzioni. La tonalità è prevalentemente neutra o piuttosto negativa. In particolare, i contenuti relativi alla politica, alla criminalità e agli incidenti presentano spesso una tonalità negativa. I temi incentrati sui problemi vengono tuttavia valutati positivamente quando sono trattati in modo comprensibile, completo, trasparente e contestualizzato.
- **Qualità percepita:** Nel complesso, le notizie ricordate ricevono valutazioni positive. Circa sette contenuti su dieci ottengono una valutazione elevata della qualità. Nelle risposte aperte del diario, i partecipanti sottolineano in particolare la comprensibilità, la chiarezza della struttura, l'inquadramento fattuale, la completezza e la rilevanza personale o locale come caratteristiche della qualità.

Implicazioni per il settore dei media svizzero

- **Sfruttare il potenziale rappresentato dall'interesse per le notizie:** Le persone giovani adulte non sono fondamentalmente disinteressate alle notizie. I media dovrebbero quindi partire meno dal presupposto di un disinteresse generale e interrogarsi maggiormente sulle condizioni in cui le notizie riescono ad attirare l'attenzione. Risultano particolarmente attrattive le offerte che aiutano a orientarsi negli avvenimenti mondiali e propongono prospettive diverse, utili alla formazione di un'opinione personale.
- **Favorire una memorizzazione consapevole:** Lo studio con diario mostra che una fruizione regolare delle notizie non conduce automaticamente al ricordo di uno specifico contatto con un contenuto giornalistico. I contenuti dovrebbero pertanto offrire un'utilità chiara, una rilevanza riconoscibile e un messaggio centrale conciso. Titoli comprensibili, strutture chiare, aperture incisive e messaggi chiave facilmente identificabili possono contribuire a far sì che i contenuti non vengano soltanto visualizzati, ma anche percepiti consapevolmente e ricordati.
- **Considerare le piattaforme come punti di accesso e non come destinazioni finali:** I social media rappresentano il principale punto di accesso alle notizie, ma i siti web e le applicazioni giornalistiche mantengono la loro rilevanza. È consigliabile adottare una logica su due livelli: una panoramica breve, visivamente attraente e comprensibile, seguita dalla possibilità di accedere volontariamente a un approfondimento contenente contesto, fonti, dati e prospettive diverse. La portata non dovrebbe essere ottenuta ricorrendo a una forte emotivizzazione, alla drammatizzazione o a un'eccessiva semplificazione dei contenuti. Sono invece determinanti la qualità giornalistica chiaramente visibile, la trasparenza delle fonti, strutture chiare, l'inquadramento critico, le prospettive costruttive e un collegamento comprensibile con la realtà quotidiana delle persone giovani adulte.
- **Attuare in modo coerente un approccio «mobile first»:** Poiché lo smartphone è il dispositivo centrale per la fruizione delle notizie, i contenuti dovrebbero essere progettati in primo luogo per le situazioni di utilizzo mobile. Ciò comprende tempi di caricamento brevi, testi facilmente leggibili, video verticali, sintesi concise, una navigazione chiara e un accesso semplice a informazioni più approfondite.
- **Adattarsi a finestre temporali limitate:** Le notizie vengono spesso fruite durante gli spostamenti e in brevi situazioni di utilizzo. I media dovrebbero pertanto offrire diversi livelli di approfondimento: una panoramica rapidamente comprensibile per l'utilizzo mobile e informazioni di contesto più estese per le situazioni che consentono una fruizione più lunga.
- **Valutare una distribuzione differenziata in base al momento della giornata:** La maggiore fruizione serale suggerisce di proporre in questa fascia oraria sintesi importanti, contenuti esplicativi e formati di approfondimento. Per gli orari degli spostamenti risultano invece particolarmente adatti aggiornamenti compatti, formati audio, brevi video e sintesi chiaramente strutturate.
- **Attribuire maggiore importanza ai temi rilevanti per la vita quotidiana:** Salute, istruzione, scienza, cultura, studio e formazione suscitano un forte interesse, ma sono comparativamente poco presenti nei contenuti ricordati. I media dovrebbero rendere questi temi più visibili, trattarli con maggiore continuità e presentarli stabilendo un collegamento concreto con la vita quotidiana delle persone giovani adulte.
- **Colmare il divario tra interessi e offerta:** Le notizie ricordate sono fortemente caratterizzate da criminalità, incidenti, sport e politica, mentre i temi legati alla vita quotidiana particolarmente desiderati sono meno presenti. Ciò indica una differenza tra la visibilità dell'offerta giornalistica esistente e gli interessi del

gruppo target. La pianificazione e il posizionamento dei temi dovrebbero quindi mirare maggiormente a rendere i contenuti riguardanti l'istruzione, la salute e la vita quotidiana facilmente reperibili e capaci di attirare l'attenzione.

- **Rendere esplicita la rilevanza:** Poiché molti dei contenuti ricordati presentano soltanto un limitato riferimento diretto alla realtà quotidiana delle persone giovani adulte, tale collegamento dovrebbe essere spiegato più chiaramente. I contenuti possono evidenziare in modo più esplicito perché un determinato tema è importante per la formazione, il lavoro, le finanze, la salute, la partecipazione sociale o la vita quotidiana delle persone giovani.
- **Non considerare il gruppo target come omogeneo:** I risultati evidenziano differenze nell'intensità di fruizione, negli interessi tematici e nei canali di accesso. È quindi improbabile che un unico «formato di notizie per le persone giovani» sia sufficiente. Un approccio modulare, con diversi punti di accesso, formati e livelli di approfondimento, appare più adeguato per rivolgersi sia a chi consuma le notizie occasionalmente sia a chi le fruisce in modo intensivo.