

L'impatto dei *social media*

tra evidenze scientifiche e narrazioni pubbliche

Tiziana Metitieri

Psicologa, Neuropsicologa, Azienda Ospedaliera Universitaria Meyer IRCCS, Firenze

Da quando i *social media* sono diventati un fenomeno di massa, circa vent'anni fa, hanno progressivamente mutato il proprio modello produttivo fino a trasformarsi da piattaforme di interazione sociale, intrattenimento e scambio informativo a ecosistemi digitali caratterizzati da contenuti di qualità spesso discutibile, elevati livelli di tossicità nelle interazioni e una marcata personalizzazione dei flussi informativi, che tende a restringere l'esposizione a punti di vista diversi e le opportunità di socializzazione aperta.

L'immagine dei *social media* come strumenti di connessione e socializzazione è stata temporaneamente rafforzata dalle condizioni eccezionali imposte dalla pandemia nel 2020, quando le piatta-

forme hanno rappresentato uno dei pochi spazi disponibili per mantenere relazioni, continuare la scuola a distanza, lavorare e partecipare alla vita pubblica. Terminata quella fase, è tornata a prevalere la logica economica che ne guida lo sviluppo: un modello basato sulla monetizzazione dell'attenzione e dei dati comportamentali degli utenti, nel quale l'obiettivo principale non è favorire la socialità ma massimizzare il coinvolgimento e l'esposizione pubblicitaria. I *social media* rimangono un luogo di incontro e supporto per ragazze e ragazzi, per persone adulte e anziane. Tuttavia, possono amplificare la diffusione di molestie e truffe e avere un impatto negativo sulla vita e sulla salute mentale di alcuni utenti, a causa dell'interazione tra fattori individuali e contestuali.

Nonostante la complessità delle problematiche psicosociali e culturali legate ai media digitali debba essere inserita in un contesto economico e politico di crisi e di crescenti disuguaglianze, nel dibattito pubblico continua a riscuotere ampio sostegno l'idea che i divieti generalizzati per età possano



Foto di bloomicon - stock.adobe.com

“L'obiettivo principale delle piattaforme non è favorire la socialità ma massimizzare il coinvolgimento e l'esposizione pubblicitaria.

“L’adozione di misure proibizioniste appare precedere la disponibilità di prove empiriche robuste a sostegno della loro efficacia.

rappresentare una soluzione efficace. Paradossalmente, mentre vengono spesso presentati come una risposta sostenuta da dati, la letteratura sperimentale attualmente disponibile non è in grado di dimostrarne l’efficacia. Secondo Lind, Schueller e Odgers (2026), gli studi condotti finora sull’effetto dei divieti, oltre a non comprendere campioni di soggetti con età inferiore a 18 anni, forniscono risultati contrastanti e metodologicamente limitati.

In questo senso, l’adozione di misure proibizioniste appare precedere la disponibilità di prove empiriche robuste a sostegno della loro efficacia. Inoltre, si riduce a una soluzione tecnica il tentativo di affrontare problemi complessi, trascurando la varietà dei fattori sociali, economici e culturali che contribuiscono a determinarli.

Il consenso attorno ai divieti è stato costruito attraverso una semplificazione del discorso pubblico sui media digitali che ha contagiato anche l’editoria scientifica e i suoi prodotti: slogan come “*screen time*” sono diventati popolari anche nelle riviste indicizzate. L’idea che il problema sia il tempo trascorso davanti allo schermo e non cosa succede in quel tempo funziona come un paravento. Yee e Luyt (2026), a partire da un’osservazione etnografica condotta a Singapore, hanno rilevato che, mentre tale semplificazione espone i genitori a sensi di colpa e vergogna, ancora più accentuati tra chi non può permettersi attività extrascolastiche, a beneficiarne sono invece tre categorie di soggetti: le aziende tecnologiche, che non si vedono richiamate alla responsabilità di moderare i contenuti; i rappresentanti politici, che adottano misure simboliche rinunciando a finanziare interventi educativi strutturali e a regolare le piattaforme; una parte della comunità scientifica che attraverso ricerche rapide o metodologicamente deboli contribuisce a rafforzare la narrazione dominante ottenendo visibilità.

Una dinamica analoga riguarda il presunto declino dell’attenzione. Come riportato da Adam (2026), non esistono evidenze sperimentali convincenti a sostegno dell’idea che le capacità attentive sia-

no diminuite nel tempo: ciò che è cambiato sono le abitudini di consumo informativo che possono risultare problematiche ma possono anche essere migliorate. Uno studio in revisione (Gunschera et al., 2026) mette, inoltre, in discussione l’adeguatezza del modello della dipendenza applicato ai *social media*, non riscontrando nell’uso problematico di TikTok i meccanismi neurocognitivi tipici della dipendenza da sostanze.

Emerge, quindi, l’esigenza che la ricerca mantenga una chiara distinzione tra produzione di evidenza empirica e posizionamenti politici. Quando l’attività di ricerca si intreccia con cornici interpretative già orientate, si rischia di indebolire la capacità della scienza di fungere da base indipendente per la valutazione delle politiche pubbliche.

Da una prospettiva di salute pubblica, interventi inappropriati non solo lasciano i problemi irrisolti ma possono esacerbarli: se i meccanismi di tutela sulle piattaforme non funzionano - nel facilitare la segnalazione e garantire la sanzione di comportamenti dannosi o potenzialmente illeciti -, i divieti di accesso rischiano di peggiorare la situazione, spingendo ragazze e ragazzi a non rivelare molestie e abusi subiti online per non ammettere di aver aggirato il divieto.

Affrontare queste problematiche richiede un approccio multidimensionale. Il dibattito della Commissione Europea sembra orientarsi verso politiche che, da un lato, aumentino la responsabilità e la trasparenza delle piattaforme digitali e, dall’altro, rafforzino le competenze digitali e critiche dei cittadini, considerate essenziali per una partecipazione consapevole agli ecosistemi informativi contemporanei.

Bibliografia

- Adam, D. (2026, May 6). Are attention spans really shrinking? What the science says. *Nature*. <https://www.nature.com/articles/d41586-026-01407-w>
- Gunschera, L. J., Mehrhof, S. Z., Veith, C., Ong, E., Davidson, B. C., Vuorre, M., Nord, C. L., & Orben, A. (2026). Does social media use show established neurocognitive signatures of addiction? *PsyArXiv*. https://doi.org/10.31234/osf.io/2eqs8_v1
- Lind, M. N., Schueller, S. M., & Odgers, C. (2026, February 28). We don’t know how social media bans will affect youth but we’re doing it anyway!. Retrieved from osf.io/preprints/psyarxiv/txjum_v1
- Yee, Andrew & Luyt, Brendan. (2026). Who benefits from the idea of screen time?. *New Media & Society*. 10.1177/14614448261444717.