

UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE

FACOLTÀ DI ECONOMIA "GIORGIO FUÀ"

Corso di Laurea triennale in

IL PARADOSSO DELL'IPERCONNESSIONE: ISOLAMENTO NELL'ERA DIGITALE

THE PARADOX OF HYPER-CONNECTIVITY: ISOLATION IN THE DIGITAL AGE

Relatore:
Prof. Daniele Roscioli

Rapporto Finale di:
Francesco Cordoni

Anno Accademico 2025/2026

INDICE

INTRODUZIONE **3**

CAPITOLO 1: IL CAMBIAMENTO DEI NOSTRI LEGAMI NELL'ERA DIGITALE **5**

1.1 Vivere nella «società a rete»: la trasformazione dei legami quotidiani 5

1.2 Fragilità e incertezza dei rapporti moderni 8

1.3 Insieme ma isolati: la solitudine psicologica di chi vive online 9

CAPITOLO 2: DENTRO LA BOLLA, COME GLI ALGORITMI CI DIVIDONO **11**

2.1 Le "bolle informative" (*Echo Chambers*) 11

2.2 La trappola dell'attenzione: algoritmi, illusioni di massa e il pensiero di Yuval Noah Harari 16

2.3 La ricerca del consenso 19

CAPITOLO 3: ISOLAMENTO E SCONTRO NELLA VITA REALE **24**

3.1 La paura del diverso 24

3.2 L'illusione del gruppo sui social network 26

3.3 Gli effetti sui giovani: ansia, FOMO e l'impatto sulla salute mentale 29

CONCLUSIONE **33**

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA **35**

INTRODUZIONE

Oggi passiamo ore su Instagram e TikTok e sembra di stare in mezzo a tantissima gente, ma la verità è che spesso ci ritroviamo a sentirci soli. L'idea di questa tesi nasce proprio da questo paradosso: siamo sempre iper-connessi, ma nella realtà siamo sempre più isolati.

Il punto centrale è che i social media sono profondamente cambiati. Se un tempo servivano soprattutto a mettere in contatto le persone tra loro, oggi l'Intelligenza Artificiale mostra a ciascuno di noi un flusso continuo di contenuti creati su misura. In questo modo finiamo per interagire molto di più con l'algoritmo che con gli altri esseri umani.

In questa tesi voglio mostrare come questo isolamento non sia casuale: più tempo passiamo da soli davanti allo schermo, più le piattaforme ci mantengono incollati per raccogliere dati e farci consumare contenuti. Il risultato è che anche quando siamo nella stessa stanza con degli amici, ognuno guarda un mondo diverso sul proprio telefono perdendo del tutto l'esperienza di condividere le cose nella vita reale.

Molti dei meccanismi che verranno descritti nelle pagine seguenti — la ricerca di persone simili a noi, il bisogno di appartenere a un gruppo, la fatica di confrontarsi con chi la pensa diversamente — non sono un'invenzione dei social

network, ma comportamenti umani che esistono da sempre. Ciò che la tecnologia digitale ha fatto, come si vedrà soprattutto nel secondo capitolo, è amplificare questi meccanismi su una scala e con una velocità mai viste prima, mettendoli al servizio di un interesse economico preciso.

In breve, l'obiettivo del mio lavoro è analizzare come gli algoritmi stiano trasformando le nostre abitudini quotidiane e come la ricerca della connessione digitale stia impoverendo le nostre relazioni sociali vere.

CAPITOLO 1: IL CAMBIAMENTO DEI NOSTRI LEGAMI NELL'ERA DIGITALE

1.1 Vivere nella «società a rete»: la trasformazione dei legami quotidiani

Oggi è molto complicato immaginare la vita di tutti i giorni senza un cellulare in tasca. Ci svegliamo e ciò che facciamo è controllare le notifiche, durante la giornata scambiamo decine di messaggi con amici e parenti e la sera navighiamo sui social prima di addormentarci.

Questo modo di vivere non è sempre esistito: fino a pochi decenni fa i rapporti tra le persone si costruivano quasi esclusivamente nello spazio fisico, in famiglia, a scuola, nel quartiere o al lavoro.

Con la diffusione di internet e delle tecnologie digitali è nata la "società in rete" definita dal sociologo spagnolo Manuel Castells come una società in cui le attività sociali, economiche e culturali si organizzano sempre di più attorno a reti di informazione digitali, capaci di superare i limiti dello spazio e del tempo (Castells, La nascita della società in rete, 1996).

Prima tutto era legato a un luogo preciso infatti si era amici di chi abitava vicino e si conosceva chi frequentava la stessa scuola. Con il web questo vincolo geografico è scomparso quasi del tutto poiché possiamo tenere i contatti con un compagno di scuola trasferitosi dall'altra parte del mondo, partecipare a gruppi di

discussione con persone che non incontreremo mai dal vivo e seguire le notizie di un influencer che vive in un altro continente.

La rete quindi non è soltanto uno strumento tecnico, ma è diventata la vera e propria «morfologia sociale» del nostro tempo, cioè la forma attraverso cui si organizzano i rapporti umani (Castells, La nascita della società in rete, 1996).

Questo cambiamento ha portato indubbiamente dei vantaggi come poter restare in contatto con più persone e partecipare a comunità virtuali, ma allo stesso tempo ha modificato in profondità il modo in cui viviamo i legami quotidiani. Se prima un'amicizia si costruiva con il tempo attraverso incontri ripetuti e faccia a faccia, oggi molti rapporti nascono e si mantengono soprattutto attraverso lo schermo con like, commenti e messaggi veloci.

È proprio da questo cambiamento che parte il paradosso al centro di questa tesi: più aumentano le nostre connessioni digitali, più cambia la qualità dei legami reali.

A questo stesso cambiamento si può guardare anche da un'angolazione diversa, quella proposta dal sociologo canadese Barry Wellman, che insieme a Lee Rainie ha coniato l'espressione «networked individualism», per descrivere un mutamento strutturale nel modo in cui le persone organizzano i propri legami sociali (Wellman, Rainie, Networked: The New Social Operating System, 2012). Secondo Wellman, prima della diffusione di internet e dei dispositivi mobili la vita sociale delle persone era organizzata attorno a gruppi solidi, chiusi e

localizzati: la famiglia, la parrocchia, il quartiere, il posto di lavoro. Infatti si apparteneva a un gruppo e da esso si ricevevano sostegno, informazioni e senso di identità. Con la diffusione della rete, questa struttura si è progressivamente sgretolata a favore di un modello completamente diverso, che Wellman definisce appunto un «nuovo sistema operativo sociale»: non si vive più dentro un unico gruppo stabile, ma ci si muove costantemente tra tante reti personali diverse e solo parzialmente sovrapposte, scegliendo di volta in volta, a seconda del bisogno del momento, a chi rivolgersi per un consiglio, un aiuto pratico o un semplice scambio di opinioni.

Secondo Wellman questa trasformazione non è di per sé negativa poichè l'individuo guadagna una libertà di movimento sociale che prima non aveva, potendo attingere a competenze e risorse diverse invece di dipendere da un unico gruppo di appartenenza. Però il rovescio della medaglia è che la responsabilità di costruire e coltivare la propria rete di legami ricade quasi interamente sul singolo individuo, che deve investire continuamente tempo ed energie per non restare isolato, senza più poter contare sulla rete di sicurezza automatica che un tempo garantiva l'appartenenza a un gruppo stabile.

1.2 Fragilità e incertezza dei rapporti moderni

Un altro aspetto importante riguarda la stabilità e la qualità dei rapporti che nascono nella società contemporanea.

Il sociologo polacco Zygmunt Bauman ha usato l'immagine della «modernità liquida» per descrivere questo fenomeno: le strutture solide che un tempo reggevano la vita delle persone – il lavoro fisso, la famiglia tradizionale, le amicizie durature – si sono progressivamente «liquefatte», cioè sono diventate instabili, flessibili e facili da sciogliere (Bauman, Modernità liquida, 2000).

Bauman applica questa teoria anche ai sentimenti e ai legami affettivi, parlando di «amori liquidi»: relazioni che nascono e poi si rompono con grande facilità, spesso basate su un bisogno immediato più che su un impegno duraturo (Bauman, Amore liquido, 2003).

Questo concetto si adatta perfettamente a molte dinamiche che osserviamo online; basti pensare a un'amicizia sui social che può nascere con una semplice richiesta e finire con un clic su «rimuovi amico» senza le difficoltà emotive che una rottura reale comporta di solito.

La leggerezza e la semplicità con cui si formano e si sciolgono i legami digitali riflette quindi una fragilità più ampia che riguarda tutta la società attuale e genera anche un senso comune di incertezza. Se un tempo si sapeva più o meno cosa aspettarsi da un'amicizia o da una relazione, oggi manca spesso un punto di riferimento stabile in quanto le regole non scritte dei rapporti digitali (quando

rispondere a un messaggio, se è normale non essere ricambiati in una richiesta di amicizia, come interpretare un «visualizzato» senza risposta) generano continue piccole ansie.

In altre parole, la libertà di connetterci con chiunque e in qualsiasi momento della giornata comporta meno sicurezza emotiva nei legami che costruiamo.

1.3 Insieme ma isolati: la solitudine psicologica di chi vive online

Il terzo elemento che caratterizza il rapporto tra tecnologia e legami sociali è forse il più paradossale: più siamo connessi, più rischiamo di sentirci soli.

La psicologa e sociologa statunitense Sherry Turkle ha dedicato a questo tema il libro Insieme ma soli, nel quale afferma che ci aspettiamo sempre di più dalla tecnologia e sempre meno dalle persone che ci circondano (Turkle, Insieme ma soli, 2011).

Secondo Turkle, i social network ci illudono di appartenere a un gruppo numeroso di amici anche se questa quantità di contatti spesso nasconde una comunicazione superficiale, fatta di messaggi rapidi che certamente non riescono a sostituire una conversazione vera. Questo fenomeno può essere identificato anche con l'espressione inglese «alone together», cioè «soli insieme»: si può essere fisicamente circondati da altre persone (o virtualmente collegati a decine di

contatti) e provare comunque un forte senso di isolamento perché manca la profondità della relazione.

Turkle nota come i profili online tendano a esistere in funzione del numero di contatti che si riescono ad accumulare, quasi fossero oggetti intercambiabili, e questo meccanismo finisce per alimentare la solitudine (Turkle, Insieme ma soli, 2011).

Si tratta di una solitudine diversa da quella tradizionale: non è la solitudine di chi non ha nessuno intorno, ma quella di chi è costantemente connesso e tuttavia non riesce a sentirsi davvero compreso o ascoltato.

È una condizione che riguarda soprattutto i più giovani cresciuti fin da piccoli con smartphone e social network, per i quali il confine tra vita online e vita reale è sempre più sottile.

Proprio da questa premessa parte il ragionamento presente nei capitoli successivi: se l'iperconnessione produce una solitudine psicologica, ma anche strettamente sociale, è probabile che essa aiuti a spingere le persone verso ambienti online rassicuranti in cui trovare conferme piuttosto che confronto.

CAPITOLO 2: DENTRO LA BOLLA, COME GLI ALGORITMI CI DIVIDONO

2.1 Le “bolle informative” (Echo Chambers)

Il termine “echo chamber”, in italiano “camera dell’eco”, viene usato per descrivere quei luoghi, tipicamente online, in cui le nostre idee e opinioni vengono rafforzate. È come se ci si trovasse in una stanza chiusa dove la nostra stessa voce ci ritorna indietro come un’eco, senza che nessun suono diverso riesca a entrare. Si verifica quando le persone all’interno di una rete sociale sono esposte con molta facilità a punti di vista, opinioni e informazioni in linea con i propri. Di conseguenza le idee simili si rafforzano a vicenda e creano un “eco”, lasciando fuori le opinioni considerate “divergenti”.

Per capire come funzionano concretamente gli algoritmi che generano le bolle informative si può far riferimento ad app come Facebook, Instagram, YouTube o TikTok che hanno un obiettivo ben preciso: tenerci il più a lungo possibile collegati alla piattaforma, perché più tempo passiamo online, più pubblicità ci viene mostrata, e più soldi guadagna l’azienda. Per raggiungere questo obiettivo, gli algoritmi analizzano ogni nostra azione e imparano a proporci sempre di più contenuti simili a quelli che ci hanno già interessato in passato.

I meccanismi sottostanti questa attitudine sono sostanzialmente due:

Il bias confermativo è un fenomeno cognitivo, una "scorciatoia mentale" che consiste nel ricercare, selezionare e interpretare informazioni in modo da porre maggiore attenzione. Serve quindi ad attribuire maggiore credibilità a quelle che confermano le nostre convinzioni o ipotesi, e viceversa, ignorare o sminuire informazioni che le contraddicono.

Il bisogno di appartenenza è la necessità di sentirsi parte di un gruppo. Le echo chamber, piccole o grandi che siano, hanno la capacità di permettere alle persone di condividere con "i propri simili" le loro opinioni, sapendo che non verranno contraddette ma anzi sostenute dagli altri del gruppo. Esse danno vita a forti polarizzazioni delle opinioni e a "scontri" tra gruppi con credenze tra loro opposte.

Un gruppo di ricercatori dell'Università La Sapienza di Roma, guidato dal professore di informatica Walter Quattrociocchi, ha studiato come le persone usano i social network (Facebook, Twitter, Reddit) e la ricerca dimostra che tendiamo a frequentare persone che la pensano esattamente come noi. Per esempio, chi segue pagine politiche di un certo orientamento si ritrova spesso in cerchie di amici con gli stessi identici interessi.

Analizzando argomenti delicati e dibattuti i ricercatori hanno notato che su Facebook e Twitter questo isolamento è fortissimo. Questo fenomeno è fondamentale per comprendere come si formano le idee della gente e come circolano le notizie, comprese le fake news. Secondo il professor Quattrociocchi,

studiare queste “bolle” permetterà di creare modelli in grado di prevedere la diffusione delle notizie proprio come si fa con i virus e le pandemie.

Va detto però, per completezza, che la tendenza a cercare persone simili a noi non nasce con internet. Già negli anni Cinquanta i sociologi Paul Lazarsfeld e Robert Merton avevano descritto il cosiddetto principio di omofilia, cioè la tendenza naturale delle persone a stringere rapporti soprattutto con chi condivide le proprie caratteristiche, opinioni e valori (Lazarsfeld, Merton, Friendship as Social Process, 1954). In questo senso le echo chamber non sono un’invenzione degli algoritmi, ma piuttosto l’amplificazione digitale di un comportamento umano che è sempre esistito.

Per capire meglio questo punto può essere utile un piccolo esperimento mentale: si immagini un paesino isolato di montagna dove da generazioni gli abitanti condividono la stessa religione, le stesse tradizioni e, in larga parte, le stesse opinioni politiche, semplicemente perché non hanno quasi mai avuto occasione di confrontarsi con punti di vista diversi. Anche in questo caso si potrebbe parlare di una sorta di echo chamber, poiché anche qui le idee si rafforzano a vicenda senza un vero confronto esterno. Ma la differenza sostanziale rispetto alle bolle digitali sta nel meccanismo che le genera: nel paesino di montagna l’isolamento dipende da un limite geografico, mentre online la nostra “bolla” viene costruita e mantenuta attivamente dagli algoritmi. Se il paesino resta isolato per mancanza di alternative concrete, l’utente online resta nella propria bolla nonostante nella rete

siano disponibili infinite alternative e punti di vista opposti. È proprio questa differenza a rendere le echo chamber digitali un fenomeno più insidioso: nascono da una scelta apparentemente libera che in realtà è pesantemente pilotata da un sistema esterno con un preciso interesse economico a mantenerci lì il più a lungo possibile.

Ovviamente quando restiamo chiusi nella nostra "bolla" si creano diversi problemi:

-Mancanza di confronto: non ascoltiamo più chi la pensa diversamente e rischiamo di diventare intolleranti verso le altre opinioni.

-Falsa percezione della realtà: vedendo solo contenuti simili ai nostri, ci convinciamo sbagliando che tutti la pensino come noi e rifiutiamo qualsiasi compromesso.

-Rischio manipolazione: queste bolle possono essere create o sfruttate per condizionare e manipolare l'opinione pubblica.

In ogni modo sarebbe comunque sbagliato descrivere la rete solo come un meccanismo di chiusura poiché Internet, in teoria, offre accesso a un numero di prospettive diverse più alto di qualsiasi altro mezzo di comunicazione della storia.

Secondo lo studioso statunitense Howard Rheingold, uno dei primi a occuparsi in modo sistematico delle comunità virtuali, le prime comunità online rappresentavano una forma di capitale sociale capace di mettere in contatto persone che nella vita reale non si sarebbero mai incontrate, superando barriere

geografiche, di età o di condizione sociale (Rheingold, The Virtual Community, 1993).

Se le cose stanno così, resta da capire quando il fenomeno delle echo chamber smetta di essere una semplice tendenza umana sempre esistita – come mostra anche l'esempio del paesino di montagna appena proposto – e diventi invece un problema reale e limitante. Si possono individuare due condizioni che segnano questo passaggio.

La prima condizione riguarda il modo in cui trattiamo l'opinione diversa quando comunque la incontriamo: se un contenuto minoritario viene liquidato automaticamente come sbagliato o in malafede, è un segnale che il bias confermativo ha ormai preso il sopravvento sulla capacità di valutazione critica.

La seconda condizione riguarda l'architettura stessa della piattaforma: quando questa smette di essere neutrale e viene ottimizzata attivamente per premiare la polarizzazione, allora la bolla non è più soltanto il risultato delle nostre scelte personali, ma il prodotto di un incentivo economico esterno che lavora attivamente per mantenerci al suo interno.

In altre parole l'echo chamber diventa un problema reale non nel momento in cui esiste, ma quando diventa chiusa, autoalimentata da un interesse economico esterno e capace di erodere la nostra stessa capacità di riconoscere e valutare seriamente un punto di vista diverso dal nostro.

2.2 La trappola dell'attenzione: algoritmi, illusioni di massa e il pensiero di Yuval Noah Harari

Per approfondire il ruolo degli algoritmi nella creazione delle echo chambers, è utile fare riferimento al pensiero dello storico israeliano Yuval Noah Harari, autore di libri molto conosciuti come "Sapiens" e "21 lezioni per il XXI secolo".

Harari sostiene che stiamo vivendo un momento storico particolare in cui il potere di influenzare le opinioni delle persone si sta spostando sempre di più in mano agli algoritmi. Secondo lui, le grandi piattaforme digitali non si limitano a mostrarci contenuti che ci interessano, ma imparano a conoscerci così a fondo da riuscire a prevedere le nostre scelte meglio di come le prevederemmo noi stessi.

Questo concetto, che Harari chiama "hackeraggio degli esseri umani", si basa sull'idea che ogni essere umano possa essere descritto come un insieme di dati biologici, comportamentali e psicologici. Se un sistema informatico riesce a raccogliere abbastanza dati su di noi – cosa guardiamo, cosa clicchiamo, quanto tempo ci soffermiamo su un contenuto, quali parole usiamo – può costruire un modello che identifica la nostra personalità, i nostri desideri e i nostri timori.

Una volta che questo modello esiste, può essere usato per influenzare le nostre scelte, ad esempio decidendo quali notizie e quali prodotti mostrarci per primi o persino quali emozioni suscitare in noi in un determinato momento.

Harari parla anche di "trappola dell'attenzione" per descrivere il modo in cui le piattaforme digitali sono progettate apposta per catturare e trattenere la nostra

concentrazione il più a lungo possibile. Funzioni come lo scroll infinito, le notifiche push, i like e i commenti sono stati ideati non per il nostro benessere, ma per stimolare continuamente il rilascio di dopamina nel nostro cervello. Questo meccanismo crea una vera e propria dipendenza psicologica, molto simile a quella descritta per il gioco d'azzardo, e ci spinge a tornare più e più volte sulle stesse piattaforme.

Un aspetto interessante sottolineato da Harari è che questa "trappola dell'attenzione" non riguarda solo il singolo individuo, ma ha conseguenze anche a livello collettivo, cioè sull'intera società. Se milioni di persone vengono esposte ogni giorno a contenuti sempre più simili tra loro, si rischia che la società si divida in gruppi sempre più distanti e incapaci di comunicare tra loro. Harari parla, a questo proposito, di un possibile futuro in cui l'umanità potrebbe dividersi non più solo per motivi economici o geografici, ma anche per il tipo di "realtà digitale" a cui ciascun gruppo è esposto: due persone che vivono nella stessa città potrebbero avere, senza saperlo, due immagini completamente diverse del mondo, semplicemente perché i loro smartphone mostrano loro informazioni opposte.

Harari usa anche il termine "illusioni di massa" per indicare come gli algoritmi possano contribuire a diffondere velocemente notizie false o distorte, le cosiddette "fake news", proprio perché questi contenuti generano forti reazioni emotive e quindi vengono premiati dagli algoritmi in termini di visibilità. Una notizia falsa ma scioccante si diffonde spesso molto più velocemente di una notizia vera ma

noiosa, semplicemente perché genera più commenti e più like. Questo crea un circolo vizioso in cui le informazioni più estreme alimentano ulteriormente la polarizzazione e la costruzione delle echo chambers.

Per capire meglio in modo concreto cosa intende Harari quando parla di "trappola dell'attenzione", basta pensare a un'esperienza che quasi tutti abbiamo vissuto: aprire un'applicazione come Instagram o TikTok per controllare velocemente una notifica, e un'ora dopo ritrovarsi ancora a scorrere contenuti senza essersene resi conto. Questo non succede per caso: ogni singolo elemento dell'app, dal colore delle notifiche al modo in cui i video si susseguono automaticamente uno dopo l'altro, è stato progettato con lo scopo di rendere quanto più difficile possibile smettere di guardare.

Questa consapevolezza ci porta a un'altra riflessione importante di Harari, cioè quella riguardante la libertà di scelta. Se un sistema informatico conosce le nostre debolezze psicologiche meglio di quanto le conosciamo noi stessi, si può ancora parlare di una scelta davvero libera quando decidiamo di continuare a guardare un video o di cliccare su un contenuto?

Le riflessioni di Harari ci aiutano a capire come il fenomeno delle echo chambers non è soltanto un problema tecnico, ma è anche un problema profondamente umano e sociale, che riguarda il modo in cui la tecnologia sta cambiando la nostra capacità di pensare in modo autonomo e di confrontarci con visioni totalmente diverse dalle nostre.

Nonostante questa situazione possa sembrare piuttosto negativa, lo storico non si limita a descrivere il problema, ma invita anche a riflettere su alcune possibili soluzioni. A livello individuale, suggerisce di sviluppare quella che chiama "consapevolezza digitale", cioè a riconoscere quando un contenuto ci sta manipolando emotivamente. A livello collettivo invece, Harari sostiene che sarebbe necessaria una maggiore regolamentazione delle grandi aziende tecnologiche, in modo che gli algoritmi siano progettati non solo per massimizzare il profitto attraverso l'attenzione degli utenti, ma anche per tutelare il benessere psicologico delle persone.

2.3 La ricerca del consenso

L'ultimo paragrafo di questo capitolo riguarda un aspetto più psicologico e personale del fenomeno delle echo chambers: il motivo per cui, quando siamo online, tendiamo naturalmente a cercare persone e contenuti che confermano il nostro modo di vedere le cose, piuttosto che punti di vista diversi.

Uno dei motivi principali per cui cerchiamo il consenso online riguarda il nostro bisogno psicologico di appartenenza. Fin dall'antichità, gli esseri umani hanno sempre vissuto in gruppi, e far parte di un gruppo ha sempre garantito un senso di identità, sicurezza e protezione. Quando condividiamo un'opinione sui social network e riceviamo molti like o commenti, proviamo una sensazione di conferma e di appartenenza che ci fa sentire bene. Al contrario, quando pubblichiamo

qualcosa e riceviamo commenti negativi e critici, proviamo spesso una sensazione di disagio, anche se si tratta solo di parole scritte da sconosciuti su uno schermo.

Questo meccanismo psicologico spiega perché, col passare del tempo, tendiamo a costruirci una rete di contatti online sempre più simile a noi: seguiamo le pagine che ci danno ragione, ci iscriviamo ai gruppi dove ci sono persone che condividono le nostre idee e le nostre passioni, smettiamo di seguire chi contesta le nostre opinioni. Piano piano, senza nemmeno accorgercene, costruiamo attorno a noi un ambiente digitale fatto quasi solo di voci concordi, che diventa via via più complesso da mettere in discussione.

C'è poi un secondo motivo, più legato al modo in cui è organizzata la comunicazione online: il dibattito sui social network è sempre molto rapido e superficiale, fatto di brevi commenti, frasi ad effetto o addirittura semplici emoji. Questo tipo di comunicazione non favorisce un confronto approfondito e ragionato tra posizioni diverse, ma spinge verso uno scontro fatto di battute, insulti o slogan. Di conseguenza molte persone preferiscono evitare del tutto la discussione con chi la pensa diversamente, rifugiandosi in ambienti online più tranquilli, dove trovano solo persone d'accordo con loro.

È importante anche notare che la ricerca del consenso online non riguarda solo le opinioni politiche o sociali, ma si estende praticamente a ogni aspetto della vita: gusti musicali, scelte di consumo, stili di vita, persino abitudini alimentari o sportive. Su internet esiste una community per qualsiasi interesse, e questo

permette alle persone di trovare sempre qualcuno che la pensa esattamente come loro. Un esempio molto comune di questo fenomeno riguarda i gruppi Facebook: dal tifo calcistico alle diete alimentari, dalle teorie del complotto agli hobby più particolari. Chi entra a far parte di questi gruppi trova quasi sempre un ambiente accogliente, fatto di persone che condividono gli stessi interessi e le stesse opinioni, e questo genera una piacevole sensazione di appartenenza. Il rovescio della medaglia è che questi stessi gruppi diventano spesso ambienti molto chiusi, in cui chi esprime un dubbio o un'opinione diversa viene rapidamente escluso dalla community.

Questo bisogno di consenso e di appartenenza a un gruppo dal pensiero omogeneo richiama da vicino alcune riflessioni sviluppate a proposito delle grandi ideologie di massa del Novecento. Già la filosofa e storica tedesca Hannah Arendt, analizzando l'ascesa dei regimi totalitari, aveva osservato come la propaganda di massa funzioni tanto meglio quanto più riesce a isolare l'individuo dai legami sociali intermedi – la famiglia, le associazioni, le comunità locali – per renderlo più dipendente da un unico gruppo di riferimento (Arendt, Le origini del totalitarismo, 1951). In modo diverso, ma per certi versi analogo, i grandi partiti di massa del secolo scorso costruivano un fortissimo senso di appartenenza proprio attraverso l'adesione a un "pensiero unico", cioè un insieme coerente di idee che i militanti erano chiamati a condividere senza troppe discussioni interne.

Le echo chamber digitali, pur nascendo in un contesto storico e tecnologico completamente diverso, riproducono in piccolo alcune di queste stesse dinamiche come premiare l'adesione al gruppo e scoraggiare il dissenso interno, generando una forma di pensiero uniforme che si autoalimenta. La differenza principale è che la "bolla" che si crea su un social network è spesso invisibile a chi la vive, perché sembra il semplice risultato delle proprie scelte personali e non il frutto di una regia esterna.

Possiamo aggiungere anche che questo bisogno di consenso si rafforza ulteriormente quando entrano in gioco le emozioni condivise. Studi di psicologia sociale hanno dimostrato che i contenuti capaci di suscitare emozioni intense, sia positive che negative, vengono condivisi molto più facilmente rispetto a contenuti puramente informativi.

Il rischio principale di questa continua ricerca del consenso è che, con il passare del tempo, si perde progressivamente la capacità di confrontarsi con il diverso. Se siamo abituati a ricevere sempre approvazione e appoggio per le nostre idee, diventiamo meno tolleranti verso chi la pensa diversamente e possiamo arrivare a considerare le opinioni contrarie come sbagliate, ingiuste o addirittura pericolose. Questo atteggiamento può contribuire a favorire l'isolamento e lo scontro nella vita quotidiana rendendo la società più incline al conflitto, sia online che nella vita reale.

Proprio per questo motivo, negli ultimi anni molti esperti di educazione hanno cominciato a parlare dell'importanza della cosiddetta "educazione digitale", cioè della capacità di usare in modo critico e consapevole gli strumenti digitali. Insegnare fin da giovani a riconoscere come funziona un algoritmo, come distinguere una notizia vera da una falsa e a capire perché tendiamo a cercare solo conferme alle nostre idee, potrebbe aiutare le nuove generazioni a difendersi meglio dai meccanismi che generano le echo chambers. Ovviamente, questo tipo di educazione da sola non basta a risolvere un problema così complesso, ma può essere comunque un primo passo molto importante per aiutare le persone ad avere un maggiore controllo sulla propria esperienza digitale.

CAPITOLO 3:ISOLAMENTO E SCONTRO NELLA VITA REALE

3.1 La paura del diverso

Uno degli effetti più evidenti di anni passati dentro le echo chamber è la crescente difficoltà a sostenere una discussione con chi non condivide le nostre idee. Online siamo abituati a un ambiente protetto infatti possiamo bloccare, silenziare e smettere di seguire chi ci contraddice.

Il problema è che questa comodità non esiste nella vita reale, dove le persone con cui litighiamo sono spesso genitori, colleghi e amici che non possiamo semplicemente disattivare con un clic.

Un gruppo di ricerca dell'Università di Medicina di Vienna, guidato da Stefan Thurner, ha provato a capire perché la polarizzazione politica e sociale sia aumentata così tanto e così in fretta a partire dal 2008, cioè proprio nel periodo in cui i social media sono diventati di uso quotidiano. Attraverso un modello matematico, i ricercatori hanno osservato che per decenni le persone avevano in media un paio di amici stretti in grado di influenzare davvero le loro opinioni; con la diffusione dei media digitali questo equilibrio è saltato, perché ci siamo ritrovati esposti in modo continuo a un numero enorme di voci concordanti con la nostra.

A questo si aggiunge ciò che scriveva già il sociologo Zygmunt Bauman a proposito dei "legami liquidi" ovvero di relazioni comode, facili da stringere e altrettanto facili da rompere. Se un legame si può cancellare con un tocco sullo

schermo, perché sforzarsi di capire un punto di vista che ci mette a disagio? Questo meccanismo, ripetuto ogni giorno per anni, cambia il modo in cui affrontiamo il conflitto anche fuori dal telefono.

Anche il World Economic Forum ha messo in evidenza come i social network siano un ambiente senza filtri professionali, dove i contenuti competono tra loro per attirare la nostra attenzione alimentando disinformazione e alterazione dell'opinione pubblica.

Il risultato è quello che molti osservatori chiamano "cultura dello scontro" infatti non sappiamo più discutere ma sappiamo solo schierarci. E quando questo atteggiamento migra dalla tastiera alla vita reale, il dissenso smette di essere visto come un'occasione di crescita e diventa una minaccia da evitare o da combattere. Basti pensare a quante famiglie oggi evitano di parlare di politica a tavola, non perché il tema non interessi, ma perché si è capito che il confronto rischia quasi sempre di trasformarsi in litigio.

A questo si aggiunge un fenomeno che gli psicologi sociali chiamano "bias di conferma": tendiamo naturalmente a cercare informazioni che confermano quello che già pensiamo e a scartare quelle che lo mettono in discussione. Le echo chamber amplificano enormemente questo bias perché ci offrono in ogni momento una quantità infinita di conferme a portata di scroll. Il risultato è che arriviamo al confronto offline convinti delle nostre posizioni e anche l'obiezione

più ragionevole viene vissuta come un attacco personale piuttosto che come uno spunto di riflessione.

Un esempio concreto, che molti studenti hanno probabilmente sperimentato in prima persona, riguarda i gruppi scolastici o universitari su WhatsApp: basta un commento su un tema divisivo, dalla politica al calcio, perché il gruppo si spacchi in fazioni contrapposte, spesso con toni molto più duri di quelli che le stesse persone userebbero se si trovassero in aula a discutere a voce alta.

3.2 L'illusione del gruppo sui social network

Il secondo prezzo da pagare riguarda la qualità delle relazioni che costruiamo online. Aprire un social network dà quasi sempre la sensazione di essere circondati grazie a notifiche, messaggi, gruppi, amici e follower. Eppure questa sensazione di affollamento nasconde spesso una realtà molto diversa, fatta di legami deboli e superficiali.

La sociologa e psicologa Sherry Turkle ha dedicato gran parte della sua ricerca proprio a questo paradosso, arrivando a intitolare uno dei suoi libri più famosi "Alone Together", cioè "Insieme ma soli". Secondo Turkle, la tecnologia ci fa credere di avere compagnia nel momento stesso in cui, in realtà, ci sta allontanando dalle relazioni vere: preferiamo scrivere un messaggio piuttosto che fare una telefonata, e una telefonata piuttosto che vedere qualcuno di persona, perché ogni passaggio ci sembra più comodo e meno impegnativo del precedente.

Il rischio, spiega Turkle, è che ci abituiamo a un tipo di conversazione superficiale che ci illude di connetterci mentre in realtà ci tiene a distanza di sicurezza dagli altri.

Fare parte di un gruppo WhatsApp di classe, seguire una community di appassionati su Instagram o ricevere decine di like sotto una foto danno una sensazione immediata di appartenenza, ma tutto ciò non equivale automaticamente ad avere qualcuno su cui contare davvero. È la differenza, ben nota in sociologia, tra i legami forti (quelli con poche persone di fiducia disposte ad aiutarci concretamente) e i legami deboli (quelli con molte conoscenze superficiali utili magari a scambiare un'informazione ma non a reggere un momento difficile). I social network sono straordinari nel moltiplicare i legami deboli, molto meno efficaci nel costruire quelli forti.

Questa "finta socialità" produce un effetto psicologico spiazzante: più tempo navighiamo online, più cresce la nostra rete di contatti sulla carta e più aumenta il senso di vuoto quando quella rete non risponde presente nei momenti che contano davvero.

Vale la pena soffermarsi anche su un altro aspetto altrettanto importante, ovvero la logica con cui i social network ci spingono a mostrare solo la parte migliore della nostra vita. Le foto delle vacanze, i traguardi raggiunti, le serate con gli amici rappresentano quasi sempre una versione filtrata e selezionata della realtà. Il problema è che tendiamo a confrontare la nostra vita reale, fatta di giornate storte

e di momenti di noia, con la versione idealizzata che gli altri mostrano di sé. Questo confronto ci lascia comunque un senso di inadeguatezza che si somma al resto.

C'è poi la questione della quantità che sostituisce la qualità. Avere mille follower o centinaia di amici su Facebook dà una gratificazione immediata, quasi una piccola scarica di dopamina ogni volta che arriva una notifica, ma non dice nulla sulla profondità di quei legami. Non è un caso che molte persone, messe di fronte a un momento di crisi reale come una malattia o una separazione, si accorgono improvvisamente di quante di quelle centinaia di conoscenze online siano in realtà silenziose e assenti.

Questa "finta socialità" non riguarda solo i singoli individui, ma anche intere comunità online costruite attorno a un interesse comune, come i fandom di una serie tv, i gruppi di appassionati di videogiochi o le community di un influencer. Anche qui il senso di appartenenza è reale, ma resta comunque un'appartenenza fragile capace di dissolversi con la stessa rapidità con cui si è formata, lasciando dietro di sé poco più di un ricordo digitale.

3.3 Gli effetti sui giovani: ansia, FOMO e l'impatto sulla salute mentale

Gli adolescenti e i giovani adulti, cresciuti senza aver mai conosciuto un mondo privo di smartphone e social network, sono senza dubbio la fascia di popolazione che paga il conto più salato di questo sistema.

Tra i fenomeni più studiati negli ultimi anni c'è il cosiddetto FOMO, acronimo di "Fear of Missing Out", cioè la paura di perdersi qualcosa di importante che gli altri stanno vivendo in quel momento.

Una ricerca condotta su oltre 2.600 adolescenti fiamminghi ha mostrato che il FOMO è un forte predittore sia della frequenza con cui i ragazzi usano i social sia del numero di piattaforme diverse che utilizzano contemporaneamente. Esso è collegato a un uso problematico dello smartphone e al fenomeno del "phubbing", cioè l'abitudine di ignorare le persone fisicamente presenti per guardare il telefono. In pratica, chi ha più paura di restare escluso controlla il telefono più spesso e proprio questo controllo continuo finisce per logorare le relazioni reali creando un circolo vizioso.

Anche in Italia il tema è stato oggetto di studio: una ricerca pubblicata nel 2025 da un gruppo di università italiane, tra cui L'Aquila e la Sapienza di Roma, ha analizzato la vulnerabilità online degli adolescenti proprio a partire dal ruolo giocato dal FOMO, mostrando come questa paura renda i più giovani più esposti a rischi online e più fragili dal punto di vista emotivo. Un fenomeno esploso ancora

di più durante la pandemia, quando la vita sociale si è spostata quasi del tutto sugli schermi.

Gli effetti concreti di questa dinamica sono ormai piuttosto chiari: ansia da prestazione sociale, cioè la sensazione di dover sempre apparire felici, impegnati, popolari; disturbi del sonno legati all'uso del telefono fino a tarda notte per paura di perdere qualcosa; calo dell'autostima causato dal confronto costante con vite altrui mostrate sempre nella loro versione migliore e più filtrata. A lungo andare questi fattori si sommano e possono sfociare in veri e propri stati di ansia cronica, soprattutto in un'età come l'adolescenza in cui l'identità personale è ancora in costruzione e quindi particolarmente sensibile al giudizio del gruppo.

Un ulteriore aspetto emerso dagli studi più recenti riguarda la differenza tra un uso attivo e un uso passivo dei social media. Chi utilizza le piattaforme per comunicare davvero con amici e familiari, organizzare incontri o condividere contenuti creati in prima persona, sembra risentire molto meno degli effetti negativi legati al confronto sociale. Dall'altra parte, chi trascorre ore a scorrere in silenzio i profili altrui tende a sperimentare livelli più alti di invidia, insoddisfazione e ansia.

Il problema nasce quando l'uso diventa compulsivo e quando manca un'educazione digitale capace di insegnare a riconoscere questi meccanismi e a gestirli. Diversi studi suggeriscono che interventi di alfabetizzazione digitale a

scuola sembrano essere tra gli strumenti più efficaci per ridurre i danni del FOMO e dell'uso problematico dei social.

A questo proposito è utile richiamare ancora una volta il pensiero di Howard Rheingold, che in tempi più recenti ha dedicato il libro Net Smart: How to Thrive Online (2012) proprio al tema di come insegnare, soprattutto ai più giovani, un uso consapevole e critico degli strumenti digitali. Per Rheingold la competenza davvero decisiva da sviluppare non è tanto saper usare tecnicamente uno smartphone, quanto possedere quella che lui chiama "attenzione consapevole" (mindful attention), cioè la capacità di riconoscere quando la tecnologia sta catturando la nostra attenzione in modo dannoso e di riprendere consapevolmente il controllo della situazione. Questo approccio conferma, da una prospettiva diversa rispetto a quella di Harari, la stessa conclusione: la soluzione non è rinunciare alla tecnologia, ma imparare a usarla con maggiore consapevolezza.

Un altro elemento da considerare è il ruolo dei genitori e degli adulti di riferimento, spesso poco preparati a riconoscere i segnali di un uso problematico dei social da parte dei figli. Non sempre un ragazzo che passa molte ore al telefono lo fa per svago, spesso serve a colmare un vuoto sociale o tenere sotto controllo l'ansia legata al giudizio dei compagni. Riconoscere questa differenza richiederebbe un dialogo aperto in famiglia, che però fatica a instaurarsi quando anche gli adulti passano gran parte della giornata connessi ai propri dispositivi.

Va aggiunto che gli effetti del FOMO non si esauriscono nella sfera emotiva, ma si riflettono anche su aspetti molto concreti della vita quotidiana dei ragazzi, come il rendimento scolastico. Controllare il telefono durante lo studio, restare svegli fino a tardi per non perdersi una conversazione di gruppo o faticare a concentrarsi per la paura costante di lasciarsi sfuggire qualcosa di importante, sono tutti comportamenti che nel tempo incidono sulla capacità di apprendimento e sulla qualità del riposo.

In sintesi, questo terzo capitolo ha provato a mostrare il lato più concreto e doloroso del paradosso della rete: la difficoltà crescente a discutere con chi la pensa diversamente, l'illusione di socialità che nasconde in realtà solitudine e il costo psicologico che tutto questo comporta soprattutto per le nuove generazioni.

CONCLUSIONE

Nonostante viviamo nell'epoca della massima connessione, questo non ha reso le persone più vicine, anzi in molti casi ha reso i legami più fragili e superficiali. I rapporti umani, che un tempo si costruivano soprattutto nello spazio fisico, oggi passano sempre di più attraverso uno schermo, diventando più facili da creare ma anche più facili da interrompere. A questo si aggiunge il ruolo degli algoritmi che finiscono per orientare in modo sottile i pensieri e i comportamenti delle persone, spingendole verso ambienti online in cui trovano solo conferme e mai un vero confronto.

Questo meccanismo ha conseguenze molto concrete anche fuori dai social: si litiga di più con chi la pensa diversamente, si fatica a tollerare le opinioni differenti e si finisce per preferire lo scontro al dialogo. I più giovani, cresciuti insieme a smartphone e social network, risultano la fascia più esposta a queste dinamiche che si manifestano attraverso ansia da prestazione sociale, FOMO e un confronto continuo con vite altrui mostrate sempre nella loro versione migliore.

A chiunque capita di aprire il telefono per un motivo preciso e ritrovarsi a scorrere contenuti per molto più tempo di quanto si volesse. Allo stesso modo, è comune avere centinaia di contatti online e rendersi conto che, nei momenti davvero difficili, le persone su cui si può contare sono in realtà molto poche. Sono piccoli episodi quotidiani che aiutano a capire meglio quanto i temi trattati in

questa tesi non siano solo teoria.

In conclusione, ridurre tutto a un problema di uso individuale sarebbe però parziale. Come ha insegnato il sociologo canadese Marshall McLuhan, "il medium è il messaggio" (McLuhan, Gli strumenti del comunicare, 1964): non conta solo il contenuto che un mezzo veicola, ma la forma stessa del mezzo, che orienta in anticipo il nostro modo di pensare e relazionarci. L'algoritmo, come mostrato soprattutto nel secondo capitolo, non è allora un semplice strumento neutro su cui si innesta un uso più o meno consapevole, ma una tecnologia dentro la tecnologia che struttura già ciò che vediamo e con chi entriamo in contatto. Per questo la soluzione più realistica non è soltanto imparare a usare meglio i social network, ma anche pretendere che siano progettati in modo diverso, meno orientato a catturare l'attenzione e più rispettoso della qualità dei legami che permettono di costruire.

Solo così sarà possibile spezzare il paradosso descritto in questo lavoro: restare connessi senza sentirsi più soli.

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

McLuhan, Marshall. Gli strumenti del comunicare. Il Saggiatore, Milano, 1967 (ed. orig. Understanding Media, 1964).

Castells, Manuel. La nascita della società in rete. Università Bocconi Editore, 1996 (ed. orig. The Rise of the Network Society, Blackwell)

Rainie, Lee; Wellman, Barry. Networked: The New Social Operating System. The MIT Press, 2012

Bauman, Zygmunt. Modernità liquida. Laterza, 2000/2002 (ed. it.)

Bauman, Zygmunt. Amore liquido: Sulla fragilità dei legami affettivi. Laterza, 2004.

Turkle, Sherry. Insieme ma soli: Perché ci aspettiamo sempre più dalla tecnologia e sempre meno dagli altri. Codice Edizioni, 2012

Lazarsfeld, Paul F.; Merton, Robert K. "Friendship as a Social Process: A Substantive and Methodological Analysis". In Berger, M.; Abel, T.; Page, C. (a cura di), Freedom and Control in Modern Society. New York: Van Nostrand, 1954, pp. 18-66

Rheingold, Howard. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Reading, MA: Addison-Wesley, 1993

Arendt, Hannah. Le origini del totalitarismo. Torino: Einaudi, 2004 (ed. orig. 1951)

https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/insieme-ma-soli-e-giunta-l-ora-di-staccare-la-spina/

https://nardonechiara.it/art/la-solitudine-digitale-sempre-piu-connessi-e-sempre-piu-soli.html

https://www.geopop.it/echo-chamber-come-si-rafforzano-le-idee-online/

https://it.wikipedia.org/wiki/Camera_dell%27eco_(media)

https://www.artuu.it/la-fine-della-storia-e-stata-rimandata-e-gli-algoritmi-si-prendono-gioco-di-noi/

https://www.santagostino.it/magazine-psiche/social-network-solitudine/

https://www.unobravo.com/post/fomo-cose-e-come-affrontare-la-paura-di-essere-tagliati-fuori

https://citynext.it/2026/02/23/perche-piu-connessioni-sociali-portano-a-maggiore-polarizzazione/

https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6211134/

https://www.uniroma1.it/it/notizia/social-network-una-cassa-di-risonanza-argomenti-controversi