

Giovani, social e mass media: una narrazione fatta di stereotipi fasulli o un racconto collettivo?

Negli ultimi decenni, l'avvento dei social media ha radicalmente trasformato il modo in cui i giovani comunicano, interagiscono e si relazionano con il mondo circostante. In Italia, come nel resto del mondo, i social network sono diventati uno strumento fondamentale per esprimersi e condividere esperienze. Tuttavia, questa nuova modalità di comunicazione ha anche dato origine a una serie di stereotipi - a volte con un fondo di verità, ma molto spesso distorti - che caratterizzano la percezione dei giovani da parte della società. Complice il fatto che anche per i media tradizionali i social sono diventati una miniera inesauribile di immagini, piccole e grandi "news", trend, gossip, questa narrazione viene riprodotta, replicata e utilizzata per raccontare e "spiegare" cosa voglia dire essere adolescenti oggi, in un racconto collettivo che a volte sembra dimenticare di interpellare proprio chi dovrebbe esserne protagonista e voce narrante.

È vero che mai come oggi la tecnologia ci ha offerto una possibilità di essere "protagonisti" della nostra storia. Ed è un'opportunità alla portata di tutte/i, o quasi, visto che gli ultimi dati ISTAT (aprile 2025) ci rivelano che già nel 2022, circa 74% dei ragazzi e l'84% delle ragazze di 15 anni possedeva un account social. Da Instagram a TikTok, per citarne soltanto un paio, le piattaforme ci consentono indubbiamente di avere uno spazio privilegiato dove esprimere la nostra identità e costruire relazioni, a volte complementari a quelle che intratteniamo nella vita offline, altre volte indipendenti e autonome.

È proprio su questa libertà di raccontarsi e rappresentarsi, però, che si gioca la partita. Perché se da un lato siamo protagonisti della nostra narrazione, dall'altro essere presenti nel "network" significa anche confrontarci con modelli specifici - estetici, comportamentali, di "successo" e performance - e con una pressione sociale intensa. I primi stereotipi standardizzati ad emergere in questa grande narrazione collettiva digitale sono spesso quelli creati da noi stessi: immagini curate e idealizzate, una selezione attenta dei contenuti, un continuo confronto alla ricerca di conferme e di "viralità". Ed è un meccanismo che accomuna tutte e tutti, a prescindere dall'età. Con la differenza che per quanto riguarda le giovani generazioni, la possibilità di introdurre un nuovo modo di raccontarsi, prendendo la parola e presentandosi nella propria complessità su altre piattaforme - televisione, quotidiani, media mainstream -, non è quasi mai garantita. Anzi, molto spesso sono gli stessi media ad adottare quella stessa narrazione stereotipata dell'adolescenza che emerge dalle pagine dei social.

Il ritratto dei giovani nei mass media è spesso influenzato da stereotipi che tendono a semplificare e distorcere la complessità delle esperienze giovanili. Abbiamo spesso visto definire la generazione Z come "perduta", "apatica" o "ossessionata dalla tecnologia". Queste descrizioni, sebbene possano contenere alcuni elementi di verità, fanno fatica a cogliere la varietà e la ricchezza delle voci di questo mondo, in cui - come probabilmente emerge anche nella vostra classe, o nella vostra scuola - in tante e tanti si fanno coinvolgere da cause sociali, politiche, ambientali, da attività di volontariato o più semplicemente da momenti di condivisione ed esperienze collettive concrete e "reali" (ad esempio, un concerto!). Mentre sulle pagine dei giornali o nei salotti dei talk show sentiamo parlare di giovani disinteressati e passivi, la realtà è fatta anche di manifestazioni di piazza come i Fridays for Future, da cui emerge con chiarezza come i partecipanti e le partecipanti siano ben consapevoli delle sfide globali e della loro urgenza, e non hanno paura di mettersi in gioco per cercare di trovare una soluzione.

I social media, in questo caso, diventano strumento di comunicazione essenziale - la protesta e l'attivismo, oggi, non sarebbero più pensabili senza le possibilità di coordinamento e di networking fornite dalle piattaforme digitali, e la dimensione globale dell'impegno passa attraverso i like, i follow, le condivisioni, i commenti. Ma i social sono anche e forse soprattutto i luoghi su cui, reel dopo reel, post dopo post, è possibile creare un racconto collettivo e proporre una narrazione diversa, che sfida gli stereotipi generazionali e garantisce rappresentazione alla pluralità di esperienze che

confluiscono nell'identità collettiva. Se sui media tradizionali non c'è spazio o manca l'attenzione necessaria, ecco che un video o un meme possono diventare un modo per riappropriarsi di una storia, e soprattutto del modo di raccontarla.

Certo, questo lato positivo (e propositivo) dei social media non deve farci dimenticare i rischi insiti in una narrazione basata sui principi cardine della visibilità, della viralità, del confronto costante, della competizione. Per questo, gli studiosi - lo vedrete nei materiali di approfondimento che vi proponiamo - hanno coniato una nuova definizione: "la generazione ansiosa"¹. È del resto vero che in molte e molti, soprattutto in età adolescenziale, percepiscono la spinta, quasi l'obbligo al conformarsi a standard estetici o di successo che spesso non riflettono la realtà. Le immagini curate e idealizzate condivise sui social possono alimentare insicurezze e ansie, e questo fenomeno ha portato ad un aumento dei disturbi alimentari e delle problematiche legate all'autostima.

In conclusione, la relazione tra giovani, social e mass media è - come è giusto e ovvio che sia - complessa e multidimensionale. Mentre da un lato i social possono perpetuare stereotipi fasulli, dall'altro offrono una piattaforma per creare un racconto collettivo che sfida tali immagini e racconta le vere esperienze dei giovani. Tutto sta, insomma, nell'uso che facciamo di questi strumenti, nel rapporto che riusciamo a costruire con essi, nella consapevolezza che maturiamo (a qualsiasi età e in qualsiasi contesto sociale) dell'importanza di queste narrazioni, individuali o collettive. Da parte dei media "ufficiali", inoltre, sarebbe fondamentale non adagiarsi sulla comodità di un'etichetta o di una definizione generalista, valorizzando piuttosto la complessità, la presenza di storie alternative, di voci diverse e autentiche.

Per arrivare a una narrazione più inclusiva riguardo alle giovani generazioni, è fondamentale che i media e i social network collaborino per rappresentare la pluralità delle esperienze giovanili. Ciò richiede un impegno costante da parte di ragazze e ragazzi nell'utilizzare le proprie piattaforme per raccontare storie diverse, abbattendo gli stereotipi e mostrando tutti gli aspetti della loro vita quotidiana. Al contempo, le istituzioni e le organizzazioni dovrebbero investire in programmi che promuovano il pensiero critico e la consapevolezza digitale, affinché le nuove generazioni (e non solo loro!) possano navigare il mondo dei social media in modo più informato e critico.

In questo percorso, proveremo insieme a confrontare la narrazione mediatica "ufficiale" con la nostra esperienza di gruppo, sottolineandone eventuali discrepanze e cercando di costruire un racconto che corrisponda di più a come ci percepiamo e al modo con cui vorremmo essere rappresentate/i. Allo stesso tempo, rifletteremo sugli interrogativi aperti dall'essere una generazione completamente digitale e "social", ragionando sull'impatto che questi strumenti hanno nelle nostre vite.

ATTIVITÀ IN CLASSE

1. Dividere la classe in gruppi di lavoro. Affidare a ciascuno di essi il compito di individuare una storia, apparsa sui media tradizionali, che ritengono rappresentativa di uno o più stereotipi relativi alla loro generazione (può trattarsi di un articolo su un/a musicista come di un caso di cronaca, di una ricerca sugli adolescenti o di un commento sul mondo scolastico... Suggeriamo di effettuare questa prima parte dell'attività nel corso di un paio di settimane, con una "rassegna stampa" da realizzare in autonomia per poi presentare alla classe riunita il risultato delle proprie ricerche).

¹ Per un primo excursus su questa tematica, si veda
<https://www.ilfogliopsichiatrico.it/2024/10/10/3456e/>

2. Ogni gruppo dovrà sottolineare gli aspetti della narrazione su cui si trova in disaccordo, riconducendoli agli stereotipi che ritiene siano stati utilizzati a sostegno del discorso e motivando la propria opinione (se necessario con dati, fatti, esperienze condivise).
3. Utilizzando format adatti a una diffusione via social, ogni gruppo è invitato a creare una piccola “campagna di controinformazione” con l’obiettivo di riappropriarsi della narrazione. Ad esempio, se lo stereotipo individuato riguarda l’apatia delle nuove generazioni, sempre più rinchiusi nelle proprie camere ed egoriferite, l’obiettivo della campagna sarà quello di decostruire questa percezione, oppure di inquadrarla in un contesto più ampio (utilizzando dati, storie, rilanciando iniziative...).

MATERIALI APPROFONDIMENTO (FACOLTATIVO)

- Tra gli studi più recenti (e discussi) sul tema giovani e social, spicca “La generazione ansiosa” dello psicologo sociale americano Jonathan Haidt. Pubblicato in Italia da Rizzoli, ve ne proponiamo un’anticipazione uscita su The Atlantic e tradotta da Internazionale: Un’infanzia al telefono (in attachment e qui: <https://www.internazionale.it/magazine/jonathan-haidt/2024/05/02/un-infanzia-al-telefono>). Che cosa ne pensate? Condividete le riflessioni dello psicologo? Vi riconoscete nella sua analisi?
- Sulla discrepanza tra la rappresentazione delle giovani generazioni da parte degli adulti e la percezione che ragazze e ragazzi hanno di sé e del mondo, proponiamo un’intervista ad Alberto Rossetti, psicoterapeuta e psicoanalista che da anni lavora a stretto contatto con adolescenti su progetti di prevenzione, cura e sostegno: <https://www.glistatigenerali.com/societa/perche-i-giovani-non-sono-una-minaccia-intervista-ad-alberto-rossetti/>