Adolescenti “follower” – Comunicato stampa

Primi risultati ***Indagine Adolescenti*** - Laboratorio Adolescenza e Istituto IARD, 2025.

Una vita da “follower”, sempre più dipendenti dai social network che sono anche il termometro della propria “popolarità”, legata in modo essenziale alla bellezza fisica. Uno scenario effimero quanto i “like” (che aumentano e diminuiscono da un momento all’altro portando dalle stelle alle stalle), che si innesta su una visione sempre più pessimistica del futuro reale, principalmente a causa delle guerre e del degrado ambientale. Anche l’intelligenza artificiale è vista con molto più timore che fiducia. Internet e i social più utilizzati (Instagram YouTube e TikTok) sono sempre di più non solo luogo di intrattenimento, ma anche fonte di informazione primaria anche su temi delicati come quello della salute. Con buona pace di mamme, amici e scuola, Internet è anche la prima loro fonte di informazione su tutto ciò che attiene la sessualità.

Questo il profilo degli adolescenti che emerge dall’edizione 2025 dell’indagine annuale sugli stili di vita degli adolescenti che vivono in Italia realizzata da Laboratorio Adolescenza e Istituto di ricerca IARD su un campione nazionale di 3160 studenti (fascia di età 12-19 anni), con il patrocinio della Società Italiana di Pediatria e della Società Italiana di Ginecologia dell’infanzia e dell’adolescenza.

Sono ormai troppi anni – commenta Maurizio Tucci, Presidente di Laboratorio Adolescenza – che i risultati della nostra indagine annuale, che portiamo avanti da 27 anni, appaiono, anche loro, una sorta di bollettino di guerra. Il nostro lavoro purtroppo non indica soluzioni, ma è un termometro impietoso di una china pericolosa su cui, anno dopo anno, gli adolescenti, più o meno lentamente, stanno scivolando. Una adolescenza fragile, ma sempre più “in vetrina” sui social, con il solo risultato di aumentare insicurezza e fragilità. Una adolescenza sempre più impaurita dal futuro tanto da temere anche l’intelligenza artificiale che, ci piaccia o no, sarà il futuro, e tanto vale, allora, imparare a governarla invece di demonizzarla lasciandocela sfuggire di mano. Una adolescenza culturalmente sempre più povera, dove la barriera ai consumi culturali spesso è di natura economica. Una adolescenza che non si fida degli adulti (e come darle torto) e cresce con modelli di riferimento fasulli come sono fasulli gli influencer della rete. Ma a questo punto serve, per il bene della società futura, una inversione di tendenza che può esserci solo se noi adulti – che a vario titolo siamo oggi responsabili di ciò che accade intorno a noi – saremo in grado di modificare gli scenari in cui i nostri figli e nipoti si trovano a vivere. Le generazioni precedenti ci hanno lasciato un mondo imperfetto, altrettanto pieno di orrori e di errori. Noi, se non riusciamo a cambiare velocemente passo, alle generazioni future lasceremo solo briciole e polvere.

SINTESI DEI PRINCIPALI RISULTATI

Cercasi follower disperatamente

L'86,5% degli adolescenti (91% delle ragazze) posta foto e reel sui propri profili social e il 17,5% (21,3% delle ragazze) lo fa spesso. L'obiettivo di questa overdose di condivisione del proprio privato è la ricerca di follower che sono il termometro della propria "popolarità", con la speranza, anche nel proprio piccolo, di poter diventare un influencer; e tanto basta.

"E intanto – commenta Loredana Petrone, psicologa e psicoterapeuta dell'Università di Chieti e componente del direttivo di Laboratorio Adolescenza – si imitano gli influencer già "riconosciuti" che, per intenderci, non sono quasi mai i nomi celebri alle cronache (considerati comunque irraggiungibili), ma altri adolescenti come loro che fanno bravate o riescono ad avere gratis da alcune aziende – in cambio di reel pubblicitari – qualche manciata di prodotti per la "skin care" o di capi di abbigliamento per un "outfit" alla moda".

Meno del 20% dei giovani utenti dei social afferma di non aver mai imitato i propri influencer di riferimento nel modo di vestire, di pettinarsi, di atteggiarsi. L'80% (un po' più le femmine che i maschi) lo fa in modo più o meno abitudinario e in percentuale crescente fino ai 17 anni, per poi avere una flessione dopo i 18 anni.

Ma quali sono i "segreti" per avere molti follower? Se al primo posto c'è "riuscire a trovare un'idea vincente che renda i reel virali", subito dopo la caratteristica fondamentale è "essere belle/belli" (vedi tabella 1).

Tabella 1 – Qual è secondo te la cosa più importante per avere molti follower

	Femmine	Maschi	Totale
Riuscire a trovare un'idea vincente che renda i reel virali	30,0%	34,7%	32,1%
Raccontare la propria vita e i propri problemi	4,1%	1,9%	3,1%
Dare buoni consigli, efficaci e utili	20,7%	9,4%	15,5%
Realizzare reel divertenti	8,5%	15,3%	11,6%
Essere belle/belli	24,4%	25,1%	24,7%
Essere credibili, saper dare fiducia	11,7%	12,2%	11,9%

"Da qui – aggiunge ancora Loredana Petrone – il via all'utilizzo di tutti gli strumenti che la tecnologia mette a disposizione per migliorare, fino qualche volta quasi a trasformare la propria immagine. Creando una dissociazione tra il sé reale e il sé esibito che contribuisce ad accrescere insicurezze e fragilità emotiva".

Le "challenge"

Preoccupano inoltre, sempre legati all'utilizzo dei social, i comportamenti a rischio come le challenge che si sviluppano in rete (di pochi giorni fa il caso dell'adolescente trovato morto davanti al computer con una maschera antigas). Se – per fortuna – il 78% afferma di non essere (almeno per il momento) intenzionato a provare l'esperienza, il 13% l'ha già provata ed il 9,5% dice di volerla certamente riprovare. Preoccupa anche – pensando alla prevenzione – che troppi genitori e molti insegnanti non sanno nemmeno cosa sia una challenge.

Il futuro

Ma il cielo è sempre più… grigio

Incerti o addirittura preoccupati, gli adolescenti che hanno una visione "grigia" del futuro sono ormai un'ampia maggioranza (62,4%), mentre solo poco più di un terzo (37%) si dichiara ottimista o fiducioso. Ed il fenomeno è in costante e forte crescita: solo due anni fa (dati indagine 2023) gli ottimisti e i fiduciosi sfioravano il 50%. Ciò che cambia, invece, con grande velocità, sono i principali motivi di preoccupazione. Il Covid, e con esso il rischio di epidemie, ormai è archiviato – per una generazione che conferma anche in questo la propria "volatilità" emotiva – e preoccupa meno del 25% del campione (era l'84% nel 2022). Superato, il rischio epidemie, anche dal rischio "catastrofi naturali" che preoccupa molto il 38% degli adolescenti. In cima alla classifica – e c'era da aspettarselo – oggi c'è la paura della guerra, indicata dal 53,6%. Unica costante tra le preoccupazioni adolescenziali, e quindi probabilmente la più profonda e meno legata alla contingenza, è quella riguardante il degrado ambientale, oggi indicato dal 48,7% del campione. Riguardo al genere, complessivamente le ragazze sono più preoccupate e pessimiste, su tutti i fronti, rispetto ai maschi.

E gli auspici dell'esperto sono già confermati dagli stessi adolescenti, secondo i quali la salvaguardia dell'ambiente dipende molto proprio dai comportamenti individuali. Anche di più rispetto alle scelte politiche dei governi e dal progresso scientifico (vedi tabella 2).

Tabella 2 – La salvaguardia dell'ambiente secondo te quanto dipende:

RISPOSTA "MOLTO"	Femmine	Maschi	Totale
Dalle scelte politiche dei governi	80,1%	73,7%	77,2%
Dai comportamenti individuali	85,7%	79,7%	83,0%
Dai progressi della scienza	59,7%	66,7%	62,9%

Via da "casa"

Sereno o critico che sarà, dove immaginano il loro futuro? Solo un terzo del campione (32,9%) pensa di rimanere nella stessa città/regione in cui vive attualmente, mentre un altro terzo (33,1%) si vede in Italia, ma in un'altra città/regione, mentre la maggioranza relativa (33,5%) si vede in un'altra nazione europea o extraeuropea. Significativa la differenza di genere, con le ragazze più orientate a "lasciare casa": poco più di una su 4 afferma di voler rimanere nella propria città/regione, mentre il 37% si vede fuori dai confini nazionali.

Spirito "paterno"

Dal punto di vista della vita personale una larga maggioranza (75%) si vede in "un rapporto di coppia stabile e di convivenza/matrimonio, con figli" (ma questa percentuale nel 2015 superava il 90%). E proprio riguardo ai figli, con buona pace dello "spirito materno", ad immaginare il proprio futuro senza figli è il 10% dei maschi e il 15% delle femmine. L'8,2% immagina, invece, un futuro da single, mentre solo il 3% si prefigura in un rapporto stabile ma senza convivenza.

Carlo Buzzi, sociologo dell'Università di Trento, Coordinatore del Comitato scientifico dell'Istituto IARD e Direttore scientifico di questa indagine, così commenta: "Se non possiamo certo dire che la visione che gli adolescenti hanno della nostra società sia improntata all'ottimismo, non stupisce la spinta a trovare per sé stessi tranquillità in un equilibrio affettivo e sicurezza in un equilibrio esistenziale. La prima dimensione sembrerebbe garantita dal desiderio largamente maggioritario del rapporto di coppia stabile e con figli, la seconda dimensione sembrerebbe invece realizzabile attraverso una diffusa mobilità territoriale (solo un terzo si pensa ancorato anche da adulto nella località o nella regione d'origine, gli altri si vedono proiettati in altre realtà italiane o straniere). Ne emerge un quadro nel quale la sfiducia dal punto di vista dei destini collettivi (riconducibile alle attuali situazioni dettate dalle recenti crisi economiche, ambientali ed internazionali) è intimamente compensata dalla prevalenza di un atteggiamento positivo e fiducioso verso il proprio futuro personale".

Una ulteriore nota positiva la legge Gianni Bona, pediatra endocrinologo, Presidente Onorario di Laboratorio Adolescenza e coordinatore di AMBO (Associazione che coinvolge 43 Società Scientifiche e Gruppi dell'Area Pediatrica, a cui aderisce anche Laboratorio Adolescenza, dedicata a studiare la relazione tra ambiente e salute nel bambino e nell'adolescente) nella preoccupazione degli adolescenti riguardo il degrado ambientale: "La costante presenza ai primi posti del tema dell'ambiente tra le preoccupazioni degli adolescenti ci dà fiducia per il futuro. Infatti, se il cambiamento climatico e Il degrado dell'ambiente possono essere arginati attraverso iniziative di tipo globale disegnate dalla politica, un ruolo non secondario è affidato ai singoli individui, prima di tutto mediante la presa di coscienza del problema in tutte le sue declinazioni, per poi agire in maniera responsabile e proattiva, attuando da subito comportamenti virtuosi. E gli adolescenti sono un terreno fertile su cui lavorare. Il gruppo AMBO – ribadisce Bona – rivolge grande attenzione agli adolescenti, sia per la creazione di materiale informativo/educativo a loro direttamente rivolto, che per proporre interventi educativi nelle scuole, al fine di sensibilizzare insegnanti e studenti sull'importanza di promuovere stili di vita rispettosi dell'ambiente, in linea col concetto di "One Health".

L'IA che fa paura

In parte inaspettato il giudizio che gli adolescenti danno dell'intelligenza artificiale che comunque – principalmente a detta dei loro insegnanti – già utilizzano a piene mani per svolgere i compiti scolastici. Complessivamente vedono nel suo sviluppo più pericoli che benefici, mentre un terzo del campione preferisce rispondere che "non sa". Interessante osservare – vedi tabella 3 – la netta differenza di giudizio espressa dalle ragazze (molto più pessimiste) che dai ragazzi. Indubbiamente una risposta arriva dalla maggiore maturità, a quell'età, delle ragazze, che esprimono già un pensiero di tipo più adulto che le porta ad una analisi meno superficiale su qualcosa che davvero potrà cambiare il modo di vivere e sulla quale è oggi estremamente difficile fare pronostici.

Tabella 3 – Lo sviluppo sempre maggiore dell'intelligenza artificiale secondo te produrrà più benefici o più pericoli?

	Femmine	Maschi	Totale
Più benefici	19,8%	44,7%	31,1%
Più pericoli	42,2%	24,8%	34,3%
Non so	37,7%	30,1%	34,2%

Scuola, amici, famiglia

La scuola, come ambiente, si conferma essere per gli adolescenti/studenti un luogo "decisamente piacevole" (12%) o, comunque, "moderatamente piacevole" (60%), mentre solo un terzo del campione lo definisce "noioso" o, addirittura, "un incubo". Ovviamente ad orientare il giudizio pesa molto la componente "sociale" dello stare con gli amici e i compagni con i quali ridere e divertirsi.

Il gruppo amicale è, ovvio a quell'età, il contesto nel quale vivono i momenti più sereni e piacevoli anche se – un po' di pessimismo deve pur sempre esserci – la maggioranza (55% del totale e 60% delle ragazze) ritiene di NON essere "popolare" tra gli amici. Popolarità che, secondo loro, si acquisisce essenzialmente essendo spiritosi/divertenti (94%), ma anche disponibili ad aiutare gli amici (86%) o ispirando fiducia (88%). Per la "popolarità" tra amici conta meno, per fortuna, l'essere belli (38%), il vestire alla moda (22%, e conta più per i maschi che per le femmine) e l'essere ricchi (14,8%, e anche questo per i maschi conta di più).

Peggiora invece, rispetto agli anni passati, l'atmosfera familiare dove i giudizi negativi (situazione conflittuale o critica 44,6%) si stanno avvicinando molto ai giudizi positivi (piacevole, tranquilla 54,8%) e per le ragazze la differenza è arrivata ad una sfumatura: 49% vs 51%. Siamo lontanissimi dai risultati riscontrati negli anni del Covid dove, nonostante la convivenza forzata prodotta dai lockdown, il contesto familiare sembrava averne beneficiato rispetto al passato (situazione piacevole, tranquilla 74% vs conflittuale o critica 24%).

I consumi culturali

Pochi i consumi culturali (vedi tabella 4). Se si eccettua l'andare al cinema o l'aver visitato una mostra o un museo (ed in questo gran parte del merito è certamente delle uscite didattiche promosse dalla scuola), resta poco (anche se le ragazze portano ad alzare la media) e comunque non coinvolge la maggioranza del campione. Se certamente tra le cause non si può escludere il disinteresse e il maggiore appeal che ha il trascorrere il tempo libero sui social, dai focus group qualitativi che Laboratorio Adolescenza realizza a corredo dell'indagine quantitativa emerge anche, tra le cause, una barriera economica considerevole, specie per quanto riguarda concerti, manifestazioni e viaggi all'estero.

Tabella 4 – Quali di queste attività hai fatto almeno una volta dall'inizio dell'anno scolastico?

RISPOSTA "SI"	Femmine	Maschi	Totale
Sono andato al cinema	77,9%	69,0%	73,9%
Ho visitato un museo, una mostra d'arte	76,5%	67,5%	72,4%
Ho visitato un parco, un'area protetta	66,2%	63,5%	64,9%
Ho partecipato a manifestazioni locali (fiere, sagre, mercatini…)	68,4%	59,2%	64,2%
Ho praticato un hobby (collezionismo, fai da te ecc.)	62,6%	65,0%	63,7%
Sono andato a teatro	60,0%	48,3%	54,7%
Ho letto uno o più libri non per indicazione della scuola	55,7%	40,8%	48,9%
Ho fatto un viaggio all'estero	45,1%	45,9%	45,5%
Sono andato a vedere una manifestazione sportiva	36,9%	55,3%	45,3%
Ho suonato uno strumento musicale	38,4%	40,5%	39,3%
Sono entrato in una biblioteca non scolastica (per consultare o prendere libri in prestito)	40,9%	28,5%	35,3%
Ho svolto attività di volontariato	30,9%	25,8%	28,6%
Ho frequentato un corso di danza, canto, musica	27,3%	12,6%	20,6%
Sono andato a un concerto di musica leggera	19,5%	15,2%	17,5%
Ho frequentato un corso per il tempo libero (fotografia, cucina, fai da te…)	17,2%	13,4%	15,4%
Sono andato a un concerto di musica classica o lirica	10,4%	9,3%	9,9%

La salute… fai da te

Partendo da un non confortante fatalismo che vede il 38% del campione affermare "Indipendentemente dai miei comportamenti e dalla prevenzione, se sono destinato ad ammalarmi, mi ammalerò", la loro principale fonte di informazione riguardo alla salute sono, ancora una volta, i social che il 70% ritiene utili ed affidabili anche per questo scopo. Ed Internet è la principale fonte alla quale attingono per avere informazioni riguardo la sessualità e la contraccezione (vedi tabella 5), proprio in un momento delicatissimo in cui la sessualità iniziano a praticarla e la contraccezione risulta di conseguenza essenziale. Non solo è diventato residuale il ruolo degli amici – storica fonte di apprendimento – ma la scuola non è riuscita (spesso anche per responsabilità delle famiglie) a ritagliarsi il ruolo che le sarebbe potuto e dovuto competere, ma anche la mamma è stata messa nell'angolo dalle informazioni in rete, sperando che non siano tutte derivate da Pornhub.

Tabella 5 – Quale è stata la tua maggiore fonte di informazione riguardo alla sessualità, alla contraccezione e alla conoscenza del tuo apparato genitale?

	Femmine	Maschi	Totale
Internet	35,2%	44,8%	39,6%
Scuola	18,9%	15,0%	17,1%
Amico/amica	16,6%	17,4%	17,0%
Mamma	20,5%	6,1%	13,9%
Papà	,7%	7,2%	3,7%
Medico	3,6%	2,6%	3,1%
Fratello/sorella	2,6%	2,7%	2,7%

Di positivo c'è, invece, che il 55% gradirebbe poter avere uno spazio di colloquio riservato con il proprio pediatra o medico senza la presenza dei genitori. Condizionale d'obbligo perché il 32,5% afferma che, purtroppo, questa possibilità non ce l'ha.

Rino Agostiniani, Presidente della Società Italiana di Pediatria, così commenta questi dati: "Che una percentuale così alta di adolescenti desideri avere un momento di contatto diretto con il proprio pediatra o medico di riferimento non alla presenza dei genitori è un segnale molto importante al quale dobbiamo dare risposta. Naturalmente l'esigenza degli

adolescenti nasce prevalentemente dal voler parlare con il medico di argomenti che non è sempre facile affrontare con i genitori e non certo di un mal di gola. Questo impone a noi pediatri di farci carico di un impegno molto delicato, sia perché sappiamo bene quanto sia complesso gestire una comunicazione efficace con gli adolescenti, sia perché dobbiamo far comprendere ai genitori l'utilità della cosa, anche per favorire quel processo di progressiva autonomizzazione che è l'essenza stessa dell'adolescenza.

Riguardo l'abitudine sempre più diffusa degli adolescenti di cercare da soli su Internet le informazioni legate alla salute, con tutti i rischi che ciò può comportare, dobbiamo renderci conto che non possiamo più disertare quei canali social che oggi – come gli stessi adolescenti affermano – sono per loro una importante fonte di informazione primaria, quando non l'unica. La Società Italiana di Pediatria è già e sarà sempre più impegnata su entrambi i fronti: da un lato per garantire ai pediatri strumenti di formazione adeguati per gestire questa nuova sfida, e dall'altro per aprire spazi di comunicazione diretta con gli adolescenti, anche attraverso i loro canali di comunicazione, abituandoli a fare sempre attenzione se una fonte è affidabile, come certamente lo è una Società Scientifica, oppure no".

C'è però – proprio per quello che riguarda il rapporto "in privato" con il proprio medico – una ulteriore criticità relativa alla riservatezza. Dall'indagine emerge infatti che solo una minoranza (tra il 20 e il 30%) si sentirebbe a suo agio a parlare con il proprio medico di argomenti come il fumo, in consumo di alcol, di cannabis, ma anche dei propri comportamenti in rete. Per cercare di trovare le cause di questa diffidenza ci sono nuovamente venuti in soccorso i focus group qualitativi dai quali è emerso che la preoccupazione è che il medico vada immediatamente a riferire tutto ai genitori vanificando il senso stesso di un incontro riservato.

"Il medico – spiega Marina Picca, Vice Presidente di Laboratorio Adolescenza e Presidente della sezione Lombardia della Società Italiana di Cure Primarie Pediatriche – e non ha l'obbligo di informare i genitori sempre e comunque. Se il medico ritiene che il suo silenzio non sia pregiudizievole per la salute dell'adolescente, ha la facoltà e, aggiungerei, il dovere deontologico di garantirgli assoluta riservatezza su quanto ha saputo e su quanto eventualmente indicato o prescritto. E se su qualche aspetto non può non informare i genitori va detto con estrema chiarezza e lealtà al giovane paziente e la cosa non va mai fatta" alle sue spalle", evitando atteggiamenti ambigui di "complicità". Questo perché è di assoluta importanza che fra medico e paziente, di qualunque età, si costruisca innanzi tutto un rapporto di fiducia. Come indica giustamente il Presidente della Società Italiana di Pediatria – prosegue Marina Picca – la comunicazione con un adolescente e cosa complessa per cui anche noi medici e pediatri abbiamo il dovere di formarci in modo adeguato per svolgere questo difficile compito in modo efficace, come affrontare, ad esempio, argomenti a volte spinosi ma anche come rassicurare l'adolescente sul rispetto della sua privacy".

Redazione "Laboratorio Adolescenza"