

# Noia Digitale

**Più contenuti, più noia: ecco il paradosso dell'intrattenimento social.**

Nell'era dell'abbondanza digitale, la noia aumenta paradossalmente.

Ricercatori dimostrano come la libertà di cambiare continuamente contenuto possa trasformarsi in una trappola emotiva.



## Studio 1 - Noia e cambio rapido di contenuti

Ricercatori analizzano come la noia influisca sul comportamento di switching tra contenuti.



**Quando un contenuto è noioso, tendiamo a cambiare più spesso e ci sentiamo meno soddisfatti e coinvolti.**

## Studio 2 - La libertà di scelta e la noia

Le percezioni sulla libertà di scelta possono portare a sentimenti di insoddisfazione e noia.



**Le persone credono che non poter cambiare contenuto aumenti la noia, ma è solo una percezione!**

## Studio 3 - Cambiare contenuto non aiuta

Analisi degli effetti negativi legati alla possibilità costante di cambio di contenuti.



**Avere la possibilità di cambiare contenuto aumenta la noia e riduce la soddisfazione.**

## Studio 4

**Cambi nel video stesso**

Studio approfondito sull'analisi del contenuto singolo e il suo impatto emotivo.

**Anche saltare avanti o indietro in un video aumenta la noia e rende l'esperienza meno piacevole!**

## Studio 5 - Test nella vita reale

Test condotti in ambienti naturali per osservare il comportamento reale delle persone.



**Quando possiamo cambiare video liberamente, cambiamo per noia, ma così ci sentiamo ancora meno soddisfatti!**

## Studio 6 - Articoli e ordine delle scelte

Analisi dettagliata degli articoli per capire il rapporto con la noia.



**Non poter cambiare articoli all'inizio aumenta la noia, che poi si trascina anche quando il cambio è possibile...**

## Studio 7 - Troppe scelte, meno soddisfazione

Valutazione della dimensione costo-opportunità in relazione alla scelta dei contenuti.



**Avere molte opzioni ci fa sentire che stiamo perdendo qualcosa di meglio, aumentando noia e insoddisfazione!**

## Conclusioni

**Le ricerche evidenziano la paradossale relazione tra libertà digitale e noia: i ricercatori evidenziano che la noia e il comportamento di "scrolling" tra contenuti digitali, tipico dei social, sono legati in modo bidirezionale: cercare continuamente nuovi contenuti non riduce la noia, ma spesso la amplifica.**

Questo studio conferma un fenomeno comune: più scorriamo video sui social, meno ci sentiamo soddisfatti. Inoltre, avere troppe opzioni può farci percepire i contenuti come meno interessanti, spingendoci a cercare qualcosa di "migliore" senza trovarlo.

**La chiave per un'esperienza più appagante? Dedicare più attenzione a un singolo contenuto, anziché passare freneticamente da uno all'altro.**

## Prospettive

L'aumento della noia, legato all'uso eccessivo dei social e dei contenuti digitali, è causato da fattori come la frammentazione dell'attenzione e la difficoltà di trovare significato in ciò che consumiamo online. **Per i giovani, il consiglio è di usare i social in modo consapevole, evitando di scorrere freneticamente tra contenuti brevi e stimolanti. È importante alternare esperienze più immediate con attività che stimolino la riflessione e la crescita personale. L'obiettivo non è eliminare i social, ma trovare un equilibrio che favorisca il benessere mentale. Usare il digitale con maggiore attenzione può ridurre la noia e migliorare la qualità del tempo online.**

Fonte: American Psychological Association (Study Tam e Inzlicht) - ["Fast-Forward to Boredom: How Switching Behavior on Digital Media Makes People More Bored"](#)



Elaborazione dati e grafica a cura del Corecom del Veneto.



Questo documento è distribuito con licenza Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). Permette di distribuire l'opera originale senza alcuna modifica, anche a scopi commerciali, a condizione che venga riconosciuta una menzione di paternità adeguata e venga fornito un link alla licenza (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.it>). Non consente la distribuzione di opere modificate, remixate o basate sull'opera soggetta a questa licenza.

