



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA**

**Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione**

**Corso di laurea in Scienze Psicologiche dello Sviluppo, della Personalità e  
delle Relazioni Interpersonali**

**Elaborato finale**

**Affettività Online: Adolescenza e Dinamiche Psicosociali nell'Uso di App di  
Incontro**

**Online Affectivity: Psychosocial Dynamics and Adolescent Use of Dating Applications**

***Relatore:***

**Gini Gianluca**

***Laureanda: Daniela Pancotto***

***Matricola: 2074317***

Anno Accademico 2024/2025

# INDICE

<b>CAPITOLO 1: ADOLESCENZA E APP DI DATING .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 ADOLESCENZA: CONTESTO SOCIOCULTURALE .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 SITI D'INCONTO ONLINE: APP DI DATING .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 TINDER.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 MOTIVAZIONI.....</b>	<b>8</b>
<b>CAPITOLO 2 : CARATTERISTICHE DEGLI UTENTI NELLE APP DI DATING.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 DIFFERENZE DI GENERE .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 CARATTERISTICHE PSICOLOGICHE.....</b>	<b>17</b>
<b>2.3 STILE ATTACCAMENTO.....</b>	<b>22</b>
<b>CAPITOLO 3 : CONSEGUENZE DELL'UTILIZZO DELLE APP DI DATING.....</b>	<b>26</b>
<b>3.1 IMMAGINE CORPOREA .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 SALUTE MENTALE .....</b>	<b>29</b>
<b>LIMITI.....</b>	<b>34</b>
<b>DISCUSSIONE E CONCLUSIONI.....</b>	<b>36</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>39</b>

## **CAPITOLO 1: ADOLESCENZA E APP DI DATING**

### **1.1 ADOLESCENZA: CONTESTO SOCIOCULTURALE**

L'adolescenza è una tappa sensibile dello sviluppo umano, che ha origine dallo sviluppo puberale e prosegue fino al raggiungimento di traguardi socio-economici, durante la quale l'adolescente affronta varie sfide: costruisce una nuova identità, esplora la propria sessualità, acquisisce autonomia e accetta i propri cambiamenti fisici (Albiero, 2012). Sono proprio questi compiti evolutivi a rendere questa fase particolarmente critica e delicata, contrassegnata da frequenti oscillazioni e sbalzi d'umore. Tuttavia, non esiste un'adolescenza unica e uguale per tutti, bensì ne esistono molteplici, infatti, la si potrebbe considerare come un prodotto sociale, poiché la maniera di vivere questo periodo dipende dalla cultura di appartenenza e dalle variabili personali che rendono ogni esperienza adolescenziale irripetibile (Albiero, 2012).

Prendendo in esame il contesto socioculturale in cui gli adolescenti crescono oggi, possiamo notare alcune caratteristiche specifiche che lo distinguono da quello degli scorsi decenni. Ad esempio, negli anni '70 e '80 le aspettative sociali, i valori, la struttura e le dinamiche familiari erano più rigide e definite, mentre oggi assistiamo ad una maggiore fluidità di questi ruoli. Se un tempo infatti la famiglia tradizionale era composta da una madre principalmente dedita alla cura della casa e dei figli e da un padre che rispecchiava la figura autoritaria e protettiva di capo di famiglia, oggi si osserva una ridefinizione di questi ruoli. In effetti, il padre contemporaneo assume un atteggiamento più pacifico, prendendo spunto dal modello materno e mostra una maggiore capacità di sintonizzarsi empaticamente con i figli. D'altro canto, le madri rivestono un ruolo di maggior indipendenza economica e autonomia, consolidato grazie anche al riconoscimento del diritto all'aborto nel 1978, che ha contribuito al riconoscimento della donna non più soltanto come moglie ma come un individuo con

propri diritti (Lancini, 2015). Questi cambiamenti portano a un'incongruenza di esperienze tra figli e genitori e a una continua evoluzione dei modelli educativi e delle influenze sociali che i giovani ricevono. In particolare, i genitori moderni promuovono valori come l'autonomia, l'indipendenza e la vicinanza affettiva e hanno abbassato la soglia di dolore mentale educativa da far sperimentare ai figli, riducendo il ricorso all'aggressività e alle punizioni. Di conseguenza, i giovani d'oggi, avendo vissuto in un ambiente con poche difficoltà emotive, hanno sviluppato una scarsa capacità di sopportazione del disagio psicologico (Lancini, 2015).

Questo sfondo sociale ci permette di avere un'immagine più chiara degli adolescenti che, pur essendo esperti nel fronteggiare le sfide della vita, sono particolarmente sensibili e vulnerabili alle delusioni e alle privazioni; hanno bisogno di essere riconosciuti, di essere valorizzati, e soprattutto, di stabilire relazioni autentiche e significative con i coetanei (Lancini, 2015).

In aggiunta, un altro rilevante cambiamento socioculturale che caratterizza l'adolescenza nel ventunesimo secolo è l'introduzione dei cellulari e dei social media, alla fine degli anni Novanta. Nello specifico, con il termine "social media" si fa riferimento a qualsiasi mezzo digitale che consenta agli utenti di interagire e condividere contenuti. Questa definizione comprende sia i social network come Facebook, Twitter e Instagram, sia le piattaforme di messaggistica (Whatsapp, Telegram), di condivisione di fotografie e i canali che consentono incontri e contatti sessuali online, come Tinder e le *chat room*. Questa rivoluzione tecnologica ha quindi creato una nuova forma di interazione: la relazione virtuale, motivo per il quale i social media sono diventati ormai il principale canale di comunicazione scelto dagli adolescenti, allontanandosi sempre di più dalle forme tradizionali di relazione diretta (Nesi et al., 2018). Questa preferenza è confermata dalle ultime statistiche, che riferiscono che il 92% degli adolescenti è online ogni giorno, l'89% è iscritto a uno o più social network e l'88% possiede un cellulare (Lenhart, 2015). Nello specifico, si rileva una

media di nove ore al giorno trascorse sui social, inviando o ricevendo dai 20 agli 80 messaggi quotidianamente (Lenhart, 2015). Possiamo dedurre quindi che i social media rappresentano un elemento ormai fondamentale nella vita quotidiana degli adolescenti contemporanei, capace di offrire un alternativo contesto dinamico in cui si possono soddisfare i propri bisogni e compiti socio-evolutivi tipici di questa fase della vita.

E' possibile presupporre che le proprietà di questi nuovi strumenti abbiano trasformato il modo in cui i ragazzi instaurano relazioni con i pari durante l'adolescenza. In primo luogo, l'interazione virtuale ha modificato quantitativamente gli scambi in termini di frequenza e tempestività, favorendo una maggiore vicinanza e supporto tra gli interlocutori, nonché una rapida risposta anche a chilometri di distanza. In seguito, si è verificato un cambiamento anche in termini qualitativi delle interazioni: l'asincronia nella comunicazione ha permesso di avere maggior tempo per leggere e fornire una risposta ai messaggi, mentre l'assenza di segnali non verbali (espressioni facciali, linguaggio del corpo o tono di voce) può essere la causa di bias interpretativi. Ciò nonostante, i social media offrono anche nuove opportunità per comportamenti compensatori, favorendo ai giovani l'opportunità di entrare in contatto con coetanei con la quale condividere esperienze uniche, come malattie o disabilità che, nella realtà offline, potrebbero risultare difficili da comprendere e condividere (Nesi et al., 2018).

Per riassumere con altre parole il contesto sociale attuale, potremmo far riferimento alla metafora dello psicologo italiano M. Lancini, presente nel suo libro *Adolescenti Navigati*, in cui descrive il mondo digitale come una "palestra sociale" (p.41): un ambiente in grado di rispondere all'esigenza evolutiva di socializzazione e di costruzione di relazioni esterne alla famiglia, rappresentando, oltretutto, una buona alternativa di interazione per i ragazzi più timidi, poiché consente un contatto protetto e difensivo, senza la necessità di mostrarsi completamente.

## 1.2 SITI D'INCONTRO ONLINE: APP DI DATING

Il tipo di relazioni che il ragazzo instaura tipicamente durante l'adolescenza cambia con l'avanzare dell'età. In particolare, durante la prima adolescenza le relazioni sono di tipo diadico, con coetanei dello stesso genere, spesso all'interno di gruppi formali con cui si condivide una passione (ad esempio gruppi sportivi o religiosi). Successivamente, con il progredire dello sviluppo, questa esigenza sociale si orienta verso la ricerca di legami più intimi e significativi, come quelli di coppia. Il giovane adulto, infatti, in tarda adolescenza ha bisogno di costruire connessioni profonde con l'altro e è in cerca di un'intimità emotiva che vada oltre le semplici interazioni sociali (Albiero, 2012).

Con l'avvento della tecnologia e la diffusione dei social media, tra le varie piattaforme, sono comparsi anche i primi siti di incontri online e il primo di questi fu "*Match.com*", lanciato nel 1995. Questo sito ha aiutato ai giovani adulti a soddisfare in modo più immediato il proprio desiderio evolutivo di stringere relazioni romantiche e, nel corso degli anni, sempre più adolescenti si sono rivolti a questo tipo di piattaforme (Bowman et al., 2025). Conseguentemente a questa crescita esponenziale di popolarità e guadagni, dal 2007 sono nate le vere e proprie app di incontri come Grindr, Tinder, Bumble e Hinge, le quali, a differenza dei precedenti siti di incontri in Internet, sfruttano la geolocalizzazione per mostrare solo i profili nelle vicinanze dell'utente, con lo scopo d'aumentare la probabilità che l'applicazione produca risultati positivi.

In particolare, Ranzini et Al. nel loro studio hanno esplorato i vantaggi innovativi di queste applicazioni in base alla tecnologia impiegata e alle varie opportunità che offrono. Ciò che è emerso riguarda innanzitutto la mobilità, ossia la possibilità di utilizzare l'app in qualsiasi luogo e momento; in secondo luogo, favorisce l'immediatezza, grazie alle notifiche che riducono i tempi di attesa tra i messaggi. Un ulteriore vantaggio è la prossimità, poiché la funzione GPS favorisce la creazione di coppie vicine; infine, l'aspetto visivo, dato che le

molteplici foto e informazioni caricate permettono all'utente di vedere in anteprima l'utente che ha dall'altra parte dello schermo e fare una selezione (Ranzini & Lutz, 2017).

Queste nuove caratteristiche hanno ampliato notevolmente il pubblico di queste app, che oggi fanno parte della società occidentale contemporanea, in cui la ricerca di un partner romantico online è ormai diventata una pratica comune. Questo aspetto viene confermato da recenti studi, i quali riportano una percentuale vicina al 40% di adulti single impegnati nella ricerca di un compagno sul web e del 25% di nuove coppie che devono il loro incontro a questi strumenti (Barrada & Castro, 2020). Nel complesso, ad oggi, gli studi più recenti ci informano che il numero degli utenti iscritti a livello globale nelle app di incontri ammonta a un totale di 337 milioni, con una fascia demografica compresa tra i 18 e i 29 anni (Bowman et al., 2025).

### **1.3 TINDER**

Tra le varie app d'incontri a livello internazionale, Tinder è quella che ha ottenuto maggior successo tra i giovani, divenendo l'app d'incontri più utilizzata al mondo. E' nata nel 2012 e, ad oggi, si stima sia presente in quasi 200 paesi, contando più di 50 milioni di consumatori attivi, di cui circa 10 milioni online quotidianamente (Barrada & Castro, 2020).

Il funzionamento di Tinder è abbastanza intuitivo e semplice: l'applicazione ha l'obiettivo di far scegliere all'utente, sulla base delle proprie preferenze, il compagno o la compagna di possibili incontri. A tal fine, al proprietario di un profilo Tinder, al momento di registrazione dell'account personale, viene chiesto di specificare informazioni relative a se stesso: al sesso di appartenenza, alla situazione affettiva in cui si trova, ai suoi interessi, all'età e alla distanza geografica che è disposto ad accettare nella ricerca dei partner online. Infatti, grazie alla funzionalità GPS dello smartphone, l'applicazione è in grado di individuare potenziali match

a breve distanza dall'utente, rendendo più probabile la riuscita di un appuntamento. Queste preferenze e informazioni personali appariranno nei propri profili, insieme alle foto caricate e verranno utilizzate al momento della ricerca dei potenziali partner. Perciò, quando l'utente guarda i profili proposti dall'algoritmo di Tinder, può indicare l'interesse scorrendo verso destra (mettendo "mi piace") o verso sinistra per rifiutare. Infine, quando due utenti si mettono "mi piace" reciprocamente si crea un "*match*", il che significa che gli utenti possono iniziare a chattare tra loro su Tinder (Sumter et al., 2017).

Questo sistema di scorrimento ha reso Tinder un'app utilizzabile a livello globale, divertente, intuitiva e immediata, facilitando l'interazione tra giovani adulti in cerca di potenziali nuovi partner romantici e/o sessuali.

#### **1.4 MOTIVAZIONI**

Sebbene il fenomeno del "*dating online*" sembra essersi ormai normalizzato nella cultura occidentale, non sono ancora chiare le motivazioni principali che spingono gli adulti e gli adolescenti emergenti a ricorrere con tale frequenza all'utilizzo di queste applicazioni. La letteratura scientifica precedente sull'utilizzo dei siti web di incontri ha mostrato che l'esigenza sociale non è l'unica motivazione a stimolare i consumatori, ma che la spinta proviene da multiple ragioni. Pertanto, con il recente studio esplorativo, del 2017, Sumter et Al. sono andati ad analizzare nello specifico quali sono le motivazioni degli adulti emergenti nell'uso di Tinder, facendo attenzione alle caratteristiche demografiche (età e genere) e alle conseguenze offline, ad esempio la riuscita degli appuntamenti e incontri sessuali occasionali ("di una notte").

Per analizzare il fenomeno in questione, gli autori si sono basati sulla teoria degli Usi e Gratificazioni (U&G), la quale spiega le ragioni per cui gli individui scelgono di usare

determinati media di massa per soddisfare bisogni specifici della fase di sviluppo o della personalità dell'individuo. Questo modello suggerisce che sono principalmente le gratificazioni fisiche, sociali e psicosociali a stimolare il consumo di applicazioni di incontri online (Sumter et al., 2017). Nonostante la teoria U&G sia stata originariamente applicata nello studio dei media di massa in generale, essa può essere utilizzata con successo anche per comprendere le ragioni dell'uso delle applicazioni di *dating online*. Sulla base di questo approccio teorico, lo studio ha coinvolto giovani adulti olandesi di età compresa tra 18 e 30 anni, i quali hanno compilato un sondaggio online. Un'analisi fattoriale ha permesso poi di individuare sei motivazioni principali che influenzano l'uso di Tinder, tra cui: l'Amore, il Sesso Occasionale, la Facilità di Comunicazione, la Convalida dell'Autostima, il Brivido dell'Emozione e la Tendenza.

Procedendo con ordine, il primo fattore motivazionale etichettato come "Amore" riflette il desiderio di aprire Tinder per trovare una relazione a lungo termine e impegnata. Successivamente, la motivazione denominata "Sesso Occasionale" indica l'uso dell'app per soddisfare bisogni fisici e sessuali, includendo comportamenti sessuali sia nel contesto *online* che *offline* (gratificazioni fisiche). Invece, l'item "Facilità di Comunicazione" riflette un bisogno psico-sociale dell'adolescente, cioè la sensazione di sentirsi più a proprio agio nel fare interazioni ed esporsi online piuttosto che offline. D'altro canto la "Validazione del Valore Personale" denota l'uso di Tinder per ricevere apprezzamenti sull'aspetto fisico che aiutano ad aumentare la propria autostima e sicurezza di sé, ricevendo una conferma positiva da una terza persona (bisogno psico-sociale), mentre la motivazione "Brivido dell'Emozione" fa riferimento alla sensazione di eccitazione e adrenalina, suscitata dall'uso della piattaforma. Infine, la "Tendenza" riflette il fatto che per alcune persone la novità di Tinder e il suo frequente utilizzo tra i coetanei rappresentano una motivazione valida per scaricarla e registrarsi.

Tra queste sei motivazioni studiate, quelle che hanno avuto i punteggi medi più alti e che differivano significativamente dalle altre motivazioni sono state: "Amore", "Validazione del Valore Personale", "Brivido dell'Emozione" e "Tendenza". Pertanto, possiamo dedurre che gli adulti emergenti usino Tinder più frequentemente per provare emozioni nuove, perché è un'app recente e alla moda e, contrariamente al pensiero comune, per cercare una relazione romantica e autentica, mentre la motivazione legata al sesso non è risultata essere così predominante nel suo uso (Amore > Sesso Occasionale). Tuttavia, per alcuni utenti, in realtà, Tinder ha portato ad incontri di sesso occasionale: il 17% ha dichiarato di aver avuto un incontro di una notte con un match di Tinder (Sumter et al., 2017). Inoltre l'alto punteggio nella "Validazione" deriva dal fatto che, a differenza di molte altre piattaforme di *dating online*, su Tinder si può chattare con un match solo se entrambi gli interlocutori hanno precedentemente indicato di piacersi a vicenda in base all'aspetto fisico e gli interessi personali. Questo funzionamento è molto invitante per gli adolescenti che stanno costruendo la propria identità e affermando la propria autostima di sé, poiché funge da conferma del proprio valore e bellezza. Inoltre, sebbene sia comune pensare che la ricerca di approvazione esterna (Convalida dell'Autostima) sia una preoccupazione tipicamente femminile, in questo caso non si sono riscontrate differenze significative di genere (si veda tabella 1).

	Donne	Uomini
Amore	2.14 (1.01)	2.31 (0.97)
Sesso Occasionale	1.42 (0.62)	2.33 (0.99)**
Facilità di Comunicazione	1.49 (0.61)	1.76 (0.84)*
Convalida dell'Autostima	2.16 (0.88)	2.29 (0.86)
Brivido dell'Emozione	2.76 (1.04)	3.15 (0.94)*
Tendenza	2.69 (0.96)	2.76 (0.86)

Nota. Asterischi indicano le differenze significative tra generi; \*\*p<.001, \*p<.05

**Tabella 1:** differenze medie nelle motivazioni per genere tra attuali e ex utenti.

Fonte: Sumter et Al (2017), *Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder*.

Bensì, per quanto riguarda il genere, si può notare che gli utenti maschi hanno mostrato una motivazione più alta per il “Sesso Occasionale” e per il “Brivido dell’Emozione” rispetto agli utenti femminili (si veda tabella 1.2). Questo dato è coerente con la letteratura esistente, che illustrava un atteggiamento più permissivo degli uomini nei confronti del sesso occasionale in generale, e con le ricerche che mostrano l'uso maggiore da parte degli uomini di Internet per cercare potenziali partner sessuali (Petersen & Hyde, 2011). In merito, invece, al fattore età sono emerse correlazioni positive con le motivazioni "Amore", "Sesso Occasionale" e "Facilità di Comunicazione", quindi all’aumentare dell’età, gli adulti emergenti sono più inclini ad attribuire maggiore importanza a queste tre ragioni. Inoltre, è interessante sottolineare che nonostante la "Tendenza" sia una motivazione rilevante, essa non risulta significativamente correlata né con il genere e l’età, né con i comportamenti *offline*. Questo risultato potrebbe spiegare che gli utenti che usano Tinder per via del suo carattere “*trendy*” siano più interessati a esplorarla piuttosto che a sfruttarne la funzionalità. Dunque, si può supporre che, col passare del tempo, questa motivazione non avrà più la stessa incidenza, man a mano che Tinder diventa una forma consolidata di *dating online* (Sumter et al., 2017).

Successivamente, sono state eseguite due analisi di regressione logistica per esaminare più attentamente come le motivazioni siano correlate con le seguenti esperienze *offline* di Tinder, ovvero gli eventuali appuntamenti e incontri di una notte tra *match*. I risultati in questo caso hanno mostrato che andare ad un appuntamento *offline* con un *match* di Tinder era significativamente predetto da due motivazioni: positivamente da "Amore" e negativamente da "Facilità di Comunicazione". Ciò suggerisce che coloro che usavano Tinder per trovare un partner romantico erano più propensi a uscire con un *match*, mentre gli adulti

emergenti che usavano Tinder perché si sentivano più a loro agio nel comunicare *online* che *offline*, erano meno propensi a uscire con un *match* di Tinder. D'altra parte i partecipanti che avevano dichiarato di aver avuto appuntamenti di una notte (*one-night stand*) con un *match* di Tinder erano previsti da punteggi elevati nelle motivazioni “Sesso Occasionale”, “Brivido dell'Emozione” e bassi punteggi in “Convalida dell'Autostima”. In altre parole quindi, i consumatori che hanno avuto l'esperienza di una notte erano mossi da un desiderio di provare gratificazione fisica, senza impegno, e avevano minor bisogno di convalidazione della propria autostima (Sumter et al., 2017).

In sintesi, lo studio attuale è stato uno dei primi a sostenere l'idea che Tinder non sia una semplice app per incontri casuali senza impegni, ma uno strumento multifunzionale che soddisfa vari bisogni dei giovani adulti. Conoscere i motivi per la quale gli individui fanno uso di queste applicazioni è un punto di partenza per progettare misure preventive che possano evitare i potenziali risultati negativi, poiché gli effetti di questi nuovi sviluppi tecnologici sono strettamente legati agli obiettivi dell'utente.

## **CAPITOLO 2 : CARATTERISTICHE DEGLI UTENTI NELLE APP DI DATING**

Dal momento in cui il numero di utenti su Tinder è in continua crescita, nuovi ricercatori hanno iniziato a studiare più a fondo quelle che sono le caratteristiche individuali di quest'ultimi, prendendo in esame i fattori caratteriali, personali e il modo in cui questi possano influenzare l'approccio all'app in questione. Gli studiosi, quindi, sono andati ad indagare l'esistenza di correlazioni tra fattori disposizionali, come il genere, le caratteristiche psicologiche e lo stile di attaccamento, e il comportamento degli utenti nelle *app di dating*. Tali ricerche sono utili per comprendere se questi fattori siano causa dell'utilizzo dell'applicazione, se influenzino il modo in cui le persone si relazionano *online* o se possano prevenire eventuali comportamenti rischiosi e negativi.

### **2.1 DIFFERENZE DI GENERE**

Nello studio di Sumter, esaminato nel capitolo precedente, abbiamo potuto constatare che le differenze di genere tra gli utenti delle app di incontri è una caratteristica importante nel determinarne l'utilizzo. Le principali differenze di genere sono state osservate a partire dagli anni '30 e riguardano in particolare le valutazioni personali dell'attrattiva fisica e le preferenze di selezione del partner. Nel corso degli anni, si sono sviluppate diverse teorie volte a spiegare le differenze nelle strategie di selezione di un partner in relazione all'appartenenza ad un genere. Tra queste tesi rientrano la Teoria dell'Elaborazione delle Informazioni e dell'Investimento Parentale, la Teoria della Struttura Sociale e la Teoria della Selettività (Fink et al., 2023).

In primo luogo, la Teoria dell'Elaborazione delle Informazioni, sviluppata negli anni Sessanta, afferma che le donne tendono ad avere un'elaborazione delle informazioni più completa e dettagliata rispetto agli uomini, che d'altra parte utilizzano un'elaborazione

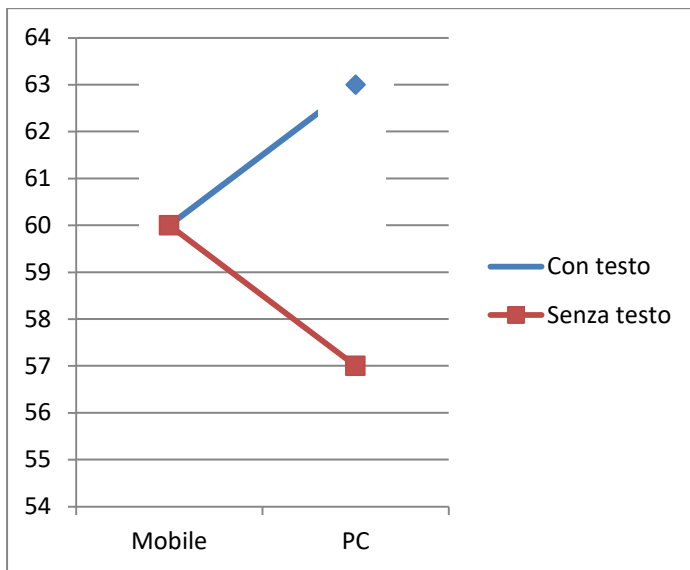
selettiva, filtrando gli stimoli e ignorando quelli ritenuti irrilevanti. Questa differenza a livello cognitivo è spiegata dal fatto che le donne hanno una soglia inferiore di apprendimento di informazioni e ciò le rende più sensibili a recepire gli stimoli visivi, anche minimi. Di conseguenza, nel contesto degli incontri online, le donne sembrerebbero essere più influenzate dalle informazioni testuali dei profili (come descrizioni e testo), mentre gli uomini potrebbero focalizzare maggiormente l'attenzione sugli elementi visivi (Fink et al., 2023). In aggiunta, la Teoria dell'Investimento Parentale, studiata da Trivers (1972), suggerisce che le donne, a causa del loro maggiore investimento biologico nella maternità (ad esempio, nella gravidanza e cura dei figli), siano più selettive nella scelta del partner rispetto agli uomini, perché hanno una visione a lungo termine. Quindi privilegiano le caratteristiche legate alla stabilità socioeconomica (come il reddito), che possono riflettere un uomo capace di sostenere economicamente e praticamente la famiglia. Al contrario, gli uomini pongono più attenzione alle caratteristiche fisiche, poiché questi elementi indicano la fertilità e il valore riproduttivo (Fink et al., 2023). Un'ulteriore spiegazione viene data da Meyers-Levy con la Teoria della Struttura Sociale, la quale dimostra che le preferenze di genere nella scelta del partner siano il risultato di influenze sociali e culturali, che modificano i comportamenti dei maschi e delle femmine. Infatti, le norme sociali, i canoni di bellezza e le aspettative culturali delineano ciò che è considerato comunemente attraente nei diversi sessi e queste aspettative stereotipate di genere possono influenzare i criteri di selezione del compagno. Infine, secondo la Teoria della Selettività e dell'Elaborazione Superficiale, le donne tenderebbero ad adottare un'elaborazione più approfondita e razionale nella scelta del partner, mentre gli uomini risulterebbero più inclini a prendere decisioni rapide basate su criteri superficiali. Tuttavia, effettuare la scelta di un partner attraverso dispositivi mobili, come le *app di dating*, presenta dei limiti cognitivi dovuti alla ridotta dimensione dello schermo, che

potrebbero diminuire la capacità di elaborazione profonda, compromettendo persino la selettività tipica delle donne (Fink et al., 2023).

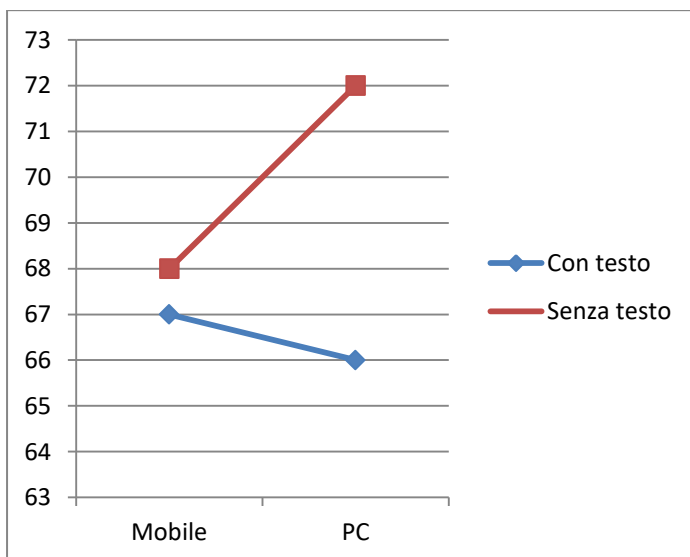
Sulla base di queste premesse teoriche, è stato condotto nel 2023 uno studio da Lior Fink, con l'obiettivo principale di esplorare se le differenze di genere esposte in queste teorie influenzino le valutazioni dell'attrattiva anche dei profili online nelle *app di dating*. In aggiunta, si vuole esaminare se l'inclusione di informazioni verbali nei profili degli utenti nelle app di incontri influisca in misura maggiore sulle valutazioni dell'attrattiva femminili rispetto a quelle maschili e se l'uso di un dispositivo mobile, al posto di un PC, riduca le differenze di genere nelle valutazioni. Per testare queste ipotesi, è stato condotto un esperimento con 171 partecipanti (102 uomini e 69 donne), con un'età media di 30,84 anni. Ai partecipanti, selezionati casualmente, sono stati proposti 12 profili di utenti di un app d'incontri, ognuno contenente una foto e, per metà dei partecipanti, una breve descrizione testuale. In seguito veniva chiesto di valutare l'attrattività dando un voto da 1 a 100 (100: "molto attraente"). I risultati dell'esperimento confermano le ipotesi iniziali. In particolare, per quanto riguarda il genere dell'utente, le donne hanno dato punteggi d'attrattività inferiori rispetto agli uomini, il che riflette una tendenza comune a attribuire meno valore all'aspetto fisico e a considerare altri fattori, come le caratteristiche socioeconomiche e personali, in linea con la teoria dell'investimento parentale. In secondo luogo, considerando il genere del profilo proposto, i profili femminili venivano valutati come più attraenti rispetto a quelli maschili probabilmente a causa di canoni estetici e aspettative sociali, a conferma della Teoria Della Struttura Sociale anche nelle *app di dating* (Fink et al., 2023). Inoltre, come previsto dalla Teoria dell'Elaborazione delle Informazioni, l'inclusione di informazioni testuali nei profili ha avuto un impatto maggiore sulle donne rispetto agli uomini. Le donne, infatti, hanno valutato con punteggi più alti i profili aventi delle informazioni scritte (media di 61,7 rispetto a 58,8), mentre gli uomini hanno dato punteggi più bassi ai profili con testo

(media di 66,6 rispetto a 69,7). Di conseguenza, i profili maschili guadagnavano in attrattiva quando includevano testo, mentre i profili femminili perdevano fascino se presentavano delle informazioni verbali. Tuttavia, nella tabella 2.2, che mostra l'interazione a tre vie tra genere dell'utente, presenza di testo e dispositivo, possiamo notare che l'effetto del testo era significativo solo su PC.

### *Donne*



### *Uomini*



**Tabella 2:** Attrattività F/M con/senza testo e tramite pc/mobile.

Fonte: Fink et Al (2023), *Do women and men click differently? Mobile devices mitigate gender differences in online dating.*

Pertanto, nelle applicazioni di *dating* sul cellulare, la presenza o assenza di testo non ha influenzato la valutazione dell'attrattività né per le donne né per gli uomini. Possiamo così dedurre che l'uso di dispositivi mobili, a causa delle dimensioni ridotte dello schermo e del maggiore sforzo cognitivo richiesto, rende gli utenti meno sensibili alle informazioni verbali e li porta a prediligere un'elaborazione più superficiale e fisica, basata sulle immagini (Fink et al., 2023). In sintesi, il recente studio di Fink, ha dimostrato che il genere di un utente influenza significativamente le valutazioni dell'attrattiva nei profili di dating online, precisando che le donne tendono a essere più influenzate dalle informazioni verbali nei profili e gli uomini si soffermano principalmente sugli aspetti fisici delle foto. In più, l'utilizzo di dispositivi mobili riduce l'efficacia delle informazioni verbali nelle valutazioni dell'attrattiva.

Tali risultati ci danno consigli rilevanti per la progettazione delle nuove applicazioni di incontri, proponendo design personalizzati in base al genere dell'utente. Inoltre, la conferma che l'uso del cellulare riduca l'importanza delle descrizioni testuali, potrebbe modificare le modalità di approccio tra gli utenti nelle interazioni online.

## **2.2 CARATTERISTICHE PSICOLOGICHE**

Un altro aspetto interessante da approfondire nell'utilizzo delle *app di dating* riguarda la personalità degli utenti, in modo particolare la presenza di fattori disposizionali e psicologici che potrebbero correlare sia con la tendenza ad utilizzare le app, sia con l'assunzione di comportamenti rischiosi online.

Negli anni '90, durante le prime fasi di diffusione dei social media, si pensava che l'uso di internet per scopi relazionali fosse una pratica tipica delle persone timide e ansiose, le quali, provando disagio nelle comunicazioni faccia a faccia, riuscivano, grazie alle app *online*, a esercitare maggior controllo sulla presentazione di sé e a ridurre l'imbarazzo. Tuttavia, studi successivi hanno smentito queste credenze comuni, trovando correlazioni negative tra l'uso di Internet e l'introversione o la solitudine (Valkenburg & Peter, 2007). Tali incongruenze possono essere spiegate dai numerosi cambiamenti nell'utilizzo di Internet nel corso degli anni, come il crescente utilizzo a fini sociali, per conoscere nuove persone. Da ciò derivano due ipotesi: l'ipotesi della compensazione sociale, secondo la quale i siti di incontri sarebbero prevalentemente usati da individui con alta ansia da appuntamenti, poiché le modalità di interazione online attenuano le difficoltà vissute negli incontri dal vivo. D'altra parte, la "*get richer hypothesis*" sostiene che Internet avvantaggerebbe principalmente chi possiede già buone abilità relazionali, bassa ansia da appuntamento, e considera il web solo un'opzione in più per cercare un partner (Valkenburg & Peter, 2007). I primi studi scientifici condotti a tal proposito risalgono al 2007 e hanno rilevato che coloro che presentavano un basso livello di ansia da appuntamento avevano una probabilità significativamente maggiore di utilizzare siti di incontri *online*, rispetto a quelli che presentavano un livello più alto di ansia da appuntamento (Valkenburg & Peter, 2007), supportando così la *get richer hypothesis*. In questo modo si è smentita l'idea secondo cui l'ansia sociale sia un fattore predittivo nell'utilizzo dei siti di incontri, al contrario l'ambiente online sembra rispecchiare sempre di più quello reale. I modelli comportamentali tipici del mondo reale si riflettono sempre di più anche nell'interazione virtuale, per cui le persone già socialmente attive o sicure di sé (come le persone estroverse o con bassa ansia) usano il web, anche nei contesti relazionali, più frequentemente.

In aggiunta, ci sono diversi tratti di personalità che rivestono un ruolo centrale nell'utilizzo dei social media. Solitamente quando si parla di personalità si prende in considerazione il modello dei *Big Five* di McCrae e Costa, che descrive 5 dimensioni fondamentali della personalità umana: l'Apertura all'esperienza, che indica la predisposizione di un individuo alla ricerca proattiva di nuove esperienze; la Coscienziosità, che riflette l'orientamento e la modalità di rapportarsi ad un compito (alta coscienziosità implica propensione ad essere ben organizzati e ambiziosi); l'Estroversione, che descrive l'energia e l'intensità dell'interazione con gli altri (gli estroversi sono socievoli, assertivi e traggono energia dalle interazioni sociali, mentre gli introversi sono più riservati e preferiscono ambienti tranquilli); l'Amicalità che misura la qualità dell'orientamento interpersonale, ad esempio il grado d'empatia e di cooperazione; infine, il Nevroticismo che definisce l'adattamento rispetto all'instabilità emotiva e allo stress: le persone con alto Nevroticismo sono più inclini a provare emozioni negative come ansia, tristezza e irritabilità (Giampietro et al., 2023). In particolare, sono le dimensioni di Estroversione, Apertura all'esperienza e Nevroticismo a predire positivamente l'utilizzo dei *social network*. Infatti, nei *social media*, gli estroversi possono soddisfare il bisogno di ampliare la propria rete sociale, gli introversi riescono a controllare meglio la propria presentazione di sé e alle persone con alto Nevroticismo aiuta a ridurre la loro percezione di solitudine (Correa et al., 2010). Oltre ai tratti di personalità *Big Five*, è emerso anche che le persone con un basso livello di autostima hanno una maggiore frequenza di utilizzo dei *social network*, poiché potrebbero considerare gli ambienti *online* come luoghi sicuri in cui esprimersi. Allo stesso modo, chi mostra maggiore sensibilità al rifiuto potrebbe essere più propenso a impegnarsi in incontri *online* per evitare l'eventualità di essere rifiutate nella vita reale (Blackhart et al., 2014). Una recente ricerca, del 2023, è andata ad esaminare se questi tratti caratteriali che influenzano il ricorso ai social media fossero predittivi anche dell'utilizzo di siti di incontri online e se potessero

prevedere i potenziali comportamenti rischiosi associati all'incontro di persona con un eventuale partner. Dai risultati è emerso però che la sensibilità al rifiuto è stata l'unico fattore predittivo significativo dell'utilizzo di siti di incontri online, infatti, i partecipanti con una maggiore sensibilità al rifiuto riportavano un utilizzo più frequente delle app (Blackhart et al., 2014). Ciò è coerente con le teorie generali dei *social media*, che affermavano che le persone con livelli elevati di Nevroticismo (correlato positivamente alla sensibilità al rifiuto) hanno maggiori probabilità di utilizzare servizi sociali su Internet. Inoltre, tra i tratti di personalità, la Coscienziosità è stato l'unico tratto significativo a correlare negativamente con la tendenza ad assumere comportamenti a rischio: i soggetti con punteggi più alti in Coscienziosità facevano maggiori incontri in luoghi pubblici e sicuri, piuttosto che in privati, rispetto a quelli con un punteggio più basso.

La letteratura sull'utilizzo dei *social network* e delle app di incontri ha evidenziato come diversi tratti della personalità possano influenzare significativamente i comportamenti *online*. Tuttavia, molte di queste ricerche non distinguono utenti single e non single, inglobandoli in un unico gruppo e questa mancata distinzione potrebbe nascondere differenze importanti nei fattori disposizionali che guidano l'uso di piattaforme come Tinder. Analizzare separatamente questi due gruppi permette di comprendere meglio se condividano gli stessi tratti di personalità o se vi siano differenze rilevanti. Infatti, uno dei fenomeni a cui stiamo assistendo oggi è che sempre più persone non single stiano beneficiando delle app di dating. In particolare, secondo i dati degli Stati Uniti, il 42% delle persone con un profilo Tinder era sposato o aveva una relazione (McGrath, 2015). Allo stesso modo, diversi studi accademici internazionali sull'uso di Tinder indicano che tra il 18 e il 25% dei partecipanti ha dichiarato di essere in una relazione impegnata mentre utilizzava Tinder (Timmermans et al., 2018). Infine, Weiser et al. (2017) hanno scoperto che solo il 7,2% degli utenti di Tinder universitari nel loro campione aveva riferito di avere rapporti sessuali con qualcuno su Tinder durante

una relazione impegnata, mentre il 17,1% degli utenti di Tinder universitari nel loro campione aveva solamente inviato messaggi. Questi ultimi dati suggeriscono che l'uso delle *app* da parte di persone impegnate non è sempre finalizzato al tradimento, ma può avere motivazioni differenti. Infatti, gli utenti non single di Tinder sono più interessati a cercare incontri a breve termine, a soddisfare la propria curiosità o a comprendere il proprio valore come potenziale partner, piuttosto che avere interesse nel trovare una relazione, nel *flirt* o nell'orientamento sessuale (Weiser et al., 2018). Per quanto riguarda il profilo di personalità, secondo il modello *Big Five*, gli utenti non single avevano punteggi più bassi in Amicalità rispetto agli utenti single di Tinder e ai non utenti non single, mostrando una minore attenzione per gli altri, freddezza e diffidenza. Inoltre, quest'ultimi hanno riportato punteggi significativamente più alti nel Nevroticismo rispetto ai non utenti, in quanto tendono ad usare Tinder per colmare la loro insicurezza sentimentale. Il bisogno di attenzione e approvazione sembrerebbe spingerli a cercare conferme attraverso i match ottenuti sulla piattaforma. In alternativa è possibile dedurre che gli individui nevrotici siano più sensibili ai conflitti o alle turbolenze nelle loro relazioni stabili e quindi si rivolgano a Tinder per trovare conforto (Timmermans et al., 2018).

Successivamente, nello stesso studio di Timmermans, viene esaminata l'associazione tra i tratti di personalità dei Big Five degli utenti non single di Tinder e le loro motivazioni per l'utilizzo dell'app. Ne è emerso che bassa Amicalità è associata alla motivazione "esperienza sessuale", il che significa che le persone meno amichevoli tendono ad avere uno stile relazionale più distaccato e una maggiore propensione a frequentazioni brevi e poco impegnative. Invece, l'alto Nevroticismo è positivamente associato all'uso di Tinder come passatempo o distrazione, e negativamente associato alla motivazione "esperienza sessuale". Questo indica che gli individui più nevrotici utilizzano Tinder non per cercare esperienze sessuali, ma come mezzo per regolare l'umore o alleviare la noia. In aggiunta l'Estroversione

e l'Apertura risultano associate alla motivazione "opportunità sociali" (ad es. avere avuto più incontri offline), il che testimonia la propensione di questi utenti ad ampliare le proprie reti sociali (Timmermans et al., 2018).

Il terzo quesito di ricerca di questo studio si è concentrato sulle associazioni tra i tratti di personalità della Triade Oscura e l'uso di Tinder. I tratti della triade oscura sono: Narcisismo, ossia la tendenza a sentirsi superiori, unici e meritevoli di ammirazione; la Psicopatia, caratterizzata dalla tendenza all'impulsività, assenza di empatia e alla ricerca di sensazioni forti; e il Machiavellismo che sarebbe l'inclinazione a manipolare gli altri per raggiungere i propri obiettivi, senza scrupoli morali. In generale, tutte e tre le dimensioni sono caratterizzate da sfruttamento, manipolazione, mancanza di empatia, freddezza emotiva, relazioni di scarsa qualità, una maggiore intenzione di commettere infedeltà e una comunicazione opportunistica con altre persone (inclusi potenziali partner romantici o sessuali). Per la psicopatia, in particolare, è anche associata la ricerca di potenziali partner con lo scopo di mantenere il proprio interesse (Timmermans et al., 2018). Anche in questo caso, gli utenti non single di Tinder hanno riportato punteggi significativamente più alti nella psicopatia rispetto ai non utenti non single. A sua volta, la Psicopatia in questo gruppo di utenti è stata associata alla motivazione all'"esperienza sessuale" (Timmermans et al., 2018). Questo schema conferma il legame tra Psicopatia e strategie di accoppiamento a breve termine e a basso investimento emotivo.

### **2.3 STILE ATTACCAMENTO**

La teoria dell'attaccamento (Ainsworth et al., 1978 ; Bowlby, 1969/1982 ) offre una prospettiva unica per comprendere le fonti delle differenze individuali nelle esperienze romantiche in età adulta. La teoria afferma che le prime esperienze relazionali vissute con i

*caregivers* influenzano profondamente la formazione dei modelli mentali che una persona sviluppa su se stessa e sugli altri. Questi modelli funzionano come una lente cognitiva ed emotiva duratura, attraverso cui si interpretano le relazioni e si guidano i comportamenti sociali per tutta la vita. In origine era stata sviluppata per spiegare le differenze nelle relazioni genitore-figlio, ma poi è stata sempre più applicata anche alle relazioni romantiche adulte e ai comportamenti sessuali di persone single e di persone in relazioni (Coffey et al., 2022).

La teoria dell'attaccamento adulto si basa su due dimensioni principali che determinano il grado di sicurezza o insicurezza dell'attaccamento: livelli di ansia e/o evitamento nelle relazioni. Da una parte, lo stile d'attaccamento ansioso è definito da un profondo desiderio di vicinanza, preoccupazione per la disponibilità e l'affidabilità dei partner nella relazione e risposte emotive iperattive (ad esempio, espressione esagerata o più intensa delle emozioni). D'altra parte, l'attaccamento evitante è caratterizzato dalla minimizzazione dei bisogni d'attaccamento, dal desiderio di indipendenza, dall'evasione della vicinanza emotiva e dall'uso di risposte emotive disattivanti, come la soppressione delle emozioni. Al contrario, lo stile d'attaccamento sicuro è rappresentato da bassi livelli sia di ansia che di evitamento. In generale, le persone con stili di attaccamento sicuri tendono a sentirsi più a loro agio con tutte le emozioni (positive e negative), sono più abili a regolarle in modo adattivo e si sentono a loro agio nel dare e ricevere cure in relazioni strette e interdipendenti senza preoccuparsi eccessivamente della disponibilità del partner, né provano disagio per la vicinanza emotiva. Numerosi studi dimostrano che le differenze nell'insicurezza dell'attaccamento (ansia ed evitamento) sono correlate alle esperienze individuali nelle relazioni sentimentali adulte. In particolare, le persone con elevata ansia tendono a desiderare maggiore intimità, sono meno soddisfatte delle loro relazioni e interpretano segnali neutri come rifiuto. Chi ha un elevato livello di evitamento, invece, tende ad evitare l'impegno e l'intimità, mostrando meno comportamenti di vicinanza e supporto. In altre parole,

l'attaccamento insicuro è associato a emozioni più negative e minore soddisfazione relazionale, mentre quello sicuro favorisce esperienze più positive. Infatti, nel contesto degli appuntamenti, la teoria dell'attaccamento aiuta a far comprendere le modalità con cui gli individui cercano e valutano i partner romantici o sessuali. In questo modo gli individui ansiosi tendono a cercare attenzione e intimità, sono meno selettivi nella scelta dei partner e possono usare il sesso o la gelosia per rafforzare i legami. Al contrario, chi ha uno stile evitante è più distaccato, evita rapporti stabili e ha minori aspettative percepite di vicinanza e intimità nelle relazioni future, che si traducono in un minore coinvolgimento nel processo di frequentazione (Coffey et al., 2022).

Anche in questo caso, la differenza tra contesti di incontri *online* e *offline* è significativa: gli incontri *online* offrono anonimato, meno pressione sociale e maggiore controllo sulle interazioni, il che può influenzare il modo in cui le persone vivono rifiuti o cercano partner. Alla luce di precedenti ricerche già citate che dimostrano come la sensibilità al rifiuto possa influenzare sia il comportamento (ad esempio l'auto-rivelazione) sia le emozioni (ad esempio l'ansia) durante gli incontri, è plausibile supporre che l'esperienza meno minacciosa offerta dagli incontri online possa avere un impatto sulle esperienze individuali rispetto agli incontri offline (Coffey et al., 2022). Esistono infatti importanti correlazioni tra stile di attaccamento ed esperienze sessuali di adulti single in contesti di incontri online e offline, in particolare nel modo in cui cercano un partner e alle emozioni provate in seguito a esperienze sessuali. Infatti, gli individui con attaccamento ansioso hanno riportato un maggiore utilizzo di app di incontri online. Questo comportamento è coerente con quanto suggerisce la teoria dell'attaccamento: l'ansia d'attaccamento riflette un forte bisogno di vicinanza e di rassicurazione emotiva e le *app di dating* possono rappresentare un canale attraverso cui cercare tale connessione. Tuttavia, questo utilizzo può diventare disregolato, portando ad un coinvolgimento eccessivo o compulsivo (Coffey et al., 2022).

Inoltre, sia nei contesti di incontri online che offline, questi individui hanno sperimentato maggiori emozioni negative dopo il loro più recente incontro occasionale, tra cui minore soddisfazione e maggiori sensi di colpa. Infatti, le persone con attaccamento ansioso riferiscono più frequentemente la sensazione di essere state usate, perdita di rispetto, insoddisfazione e sensi di colpa. Questi vissuti sono il riflesso di una visione di sé come poco meritevole d'amore e una maggiore sensibilità al rifiuto, che l'incontro sessuale può facilmente attivare. Pertanto si ha un'ulteriore conferma del ruolo della sensibilità al rifiuto come fattore predittivo all'utilizzo delle *app di dating*. Al contrario, l'attaccamento evitante non è risultato correlato all'utilizzo di app di incontri. Questa neutralità potrebbe dipendere da due forze opposte: da un lato, il desiderio di evitare l'intimità, dall'altro la ricerca di rapporti sessuali non impegnativi. Eppure, gli individui con un attaccamento evitante hanno segnalato meno soddisfazione sessuale e più sensi di colpa dopo il loro più recente rapporto sessuale, ma solo durante gli incontri *offline*. Questo potrebbe dipendere dal fatto che le piattaforme digitali permettono una maggiore chiarezza nelle intenzioni e minore intimità percepita, elementi che riducono la probabilità di attivare la loro tipica reazione di chiusura emotiva. Al contrario, le situazioni *offline*, potenzialmente più ambigue e intime, possono suscitare un maggior disagio emotivo e sentimenti negativi. Infine, in generale, un attaccamento sicuro, ossia con basse quote di ansia e evitamento, è stato associato a esperienze sessuali più positive in tutti i contesti di incontri.

Questo lavoro sottolinea l'importanza nel considerare le differenze individuali, come lo stile di attaccamento, all'interno dei contesti *online* in rapida evoluzione, nei quali sempre più spesso si svolgono gli incontri sessuali e le relazioni sentimentali moderne.

## **CAPITOLO 3 : CONSEGUENZE DELL'UTILIZZO DELLE APP DI DATING**

### **3.1 IMMAGINE CORPOREA**

L'immagine corporea è un costrutto multidimensionale che comprende il modo in cui una persona percepisce, pensa e sente il proprio corpo, includendo aspetti come dimensioni, forma e attrattività fisica. Inoltre, essa può essere concepita come un continuum che va da una rappresentazione positiva e funzionale del corpo fino a percezioni negative e disfunzionali. Dunque, un'immagine corporea positiva denota accettazione e apprezzamento per il proprio aspetto e per le funzioni corporee, mentre un'immagine corporea negativa riflette una generale insoddisfazione e disagio nei confronti del proprio corpo (Albiero, 2012). Queste due polarità possono coesistere: ad esempio, un individuo può sentirsi generalmente soddisfatto della propria forma fisica, ma provare disagio per specifici aspetti, come il tono della pelle o il peso. In aggiunta, l'immagine corporea può essere influenzata da diversi fattori, sia interni che esterni, come la sorveglianza del corpo, i confronti sociali e l'esposizione ai social media.

In particolare, è proprio l'adolescenza uno dei periodi più delicati in cui l'attenzione verso il proprio corpo si intensifica. Infatti, in questa fase i giovani sono più vulnerabili agli stimoli esterni e i frequenti messaggi che ricevono dal mondo esterno su come i corpi devono apparire possono rafforzare irrealistici standard estetici. Questi messaggi provengono principalmente da tre fonti: i pari e genitori, i quali possono esercitare pressioni dirette con critiche, prese in giro o incoraggiamenti a seguire diete; e i mass media che veicolano ideali estetici socioculturali legati alla magrezza e alla muscolosità, che poi vengono visti e interiorizzati dai ragazzi (Albiero, 2012). Nello specifico, gli ideali corporei veicolati differiscono in base al genere: per le donne, il corpo ideale è magro (ideale di magrezza) con un leggero tono muscolare, e per raggiungere queste caratteristiche corporee possono adottare comportamenti malsani di controllo del peso, tra cui l'alimentazione restrittiva, l'uso di

lassativi, il vomito autoindotto e/o uso di pillole dimagranti. Per gli uomini, invece, il corpo ideale è magro con muscolatura sviluppata (ideale di muscolosità). Gli uomini possono anche adottare abitudini alimentari restrittive per perdere peso e mettere in risalto la muscolatura, in combinazione con comportamenti potenzialmente dannosi per l'aumento della massa muscolare come l'uso di steroidi anabolizzanti. Dunque, in entrambi i casi si promuovono pratiche dannose come il costante monitoraggio del corpo (*body surveillance*) che, a sua volta, sono associate ad un aumento del rischio di sviluppare disturbi del comportamento alimentare (Albiero, 2012). Questa dinamica è particolarmente potente durante l'adolescenza poiché in questa fase il corpo è in continuo cambiamento e è forte il bisogno di costruire la propria identità, il che può spingere i giovani a cercare modelli di riferimento esterni con cui identificarsi. Infatti, in particolare sui *social media*, l'adolescente tende a confrontare costantemente il suo "sé ideale" con quello degli altri e a costruire un'immagine virtuale di sé spesso lontana dalla realtà, facendo uso di filtri, trucchi e pose per nascondere i difetti. Questa visione idealizzata di sé, alimentata dai "mi piace" e dai commenti positivi, genera un maggior apprezzamento dell'aspetto artificiale del corpo, mentre, al contempo, cresce l'insoddisfazione per il proprio corpo autentico. Ne deriva quindi un circolo vizioso che può minare l'autostima dell'adolescente e distorcere la percezione di sé (Albiero, 2012).

Anche le piattaforme di incontri online contribuiscono a rafforzare questi comportamenti malsani. I profili su queste *app*, infatti, sono spesso limitati a 3-5 immagini e a informazioni basilari dell'utente (nome ed età), mentre le informazioni scritte, come una biografia, sono brevi e accessibili solo dopo aver cliccato sul profilo. Questa struttura suggerisce che l'aspetto fisico sia, probabilmente, il principale criterio di selezione e valutazione, specialmente nelle fasi iniziali d'approccio. Di conseguenza sembrerebbe che anche l'uso di *app* di incontri può avere implicazioni potenzialmente negative per la salute mentale e il benessere fisico degli adolescenti (Bowman et al., 2025). Negli ultimi anni, la

ricerca è andata proprio ad indagare l'impatto dell'utilizzo di app di incontri sull'immagine corporea. La revisione di Bowman, in particolare, indica che nella maggior parte degli studi raccolti (86,4%, ossia 19 studi su 22), si riportano associazioni significative tra l'uso di app di incontri e risultati peggiori in termini di immagine corporea. Si sono riscontrate relazioni positive tra l'uso di app di incontri e l'insoddisfazione corporea (in 8 studi diversi), disturbi alimentari (in 6 studi), sorveglianza corporea (in 4 studi), comportamenti non salutari per il controllo del peso (in 4 studi), disturbo dell'immagine corporea (in 3 studi), insoddisfazione per la muscolosità (in 3 studi), insoddisfazione per l'altezza, disturbo dell'immagine corporea e vergogna del corpo. Al contrario, sono state riscontrate relazioni negative significative tra l'uso di app di incontri e autostima e insoddisfazione corporea.

Questa scoperta è supportata da una serie di pubblicazioni scientifiche, riguardanti i social media in generale e il rapporto con l'immagine corporea, che mostrano come le piattaforme incentrate sulla pubblicazione di foto, soprattutto Instagram o Snapchat, abbiano effetti più negativi rispetto a quelle più testuali, come Facebook (Vandenbosch et al., 2022). Difatti, l'uso massiccio di filtri, *Photoshop*, pose e illuminazioni strategiche fanno sì che la maggior parte delle foto sui *social media* rifletta in modo irrealistico ideali corporei irraggiungibili (corpi magri e tonici per le donne e corpi snelli e muscolosi per gli uomini). Lo stesso accade nelle app di incontri, dove gli utenti tendono a pubblicare foto ritoccate nella speranza di ottenere approvazione sotto forma di like, *match* e messaggi. Secondo Vandenbosch (2022) questo comportamento può favorire l'aumento dell'auto oggettivazione, ovvero la tendenza a considerare e valutare il proprio corpo principalmente attraverso lo sguardo degli altri, interiorizzando uno sguardo esterno come criterio principale di giudizio. Così, con il semplice gesto di scattare e pubblicare foto, unito alla consapevolezza che esse saranno osservate da altri utenti, si può intensificare la percezione critica del proprio aspetto. In altre parole, ciò può generare un'iperconsapevolezza del proprio corpo e qualora

quest'ultimo non corrispondesse ai canoni di bellezza ideali, soprattutto in adolescenza, l'esito potrebbe essere un'acuta insoddisfazione corporea (Vandenbosch et al., 2022).

### 3.2 SALUTE MENTALE

La salute mentale è descritta come il livello di funzionamento psichico, fisico e sociale che un individuo è in grado di mantenere nel tempo. Quando questo equilibrio viene meno, si parla di cattiva salute mentale, una condizione che può manifestarsi attraverso difficoltà in una o più di queste aree e che spesso si accompagna a disturbi persistenti come depressione, ansia o un generale disagio psicologico. Il benessere, a differenza della salute mentale è invece un concetto più dinamico e legato principalmente alla sfera affettiva e psicologica della persona. Quest'ultimo si riferisce, infatti, ai pensieri, alle emozioni e ai sentimenti che possono variare anche nel breve periodo, infatti tra i principali indicatori del benessere vi sono qualità psicologiche come la resilienza, l'autostima o la soddisfazione per la propria vita (Bowman et al., 2025). Questo concetto è estremamente rilevante nel contesto attuale, in cui la salute mentale rappresenta una priorità di sanità pubblica universale. Secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), infatti, circa 1 persona su 8 al mondo convive attualmente con un disturbo mentale, e i giovani adulti, di età compresa tra 15 e 24 anni, sono la fascia più colpita, rappresentando il 28,9% dei casi totali (Organization, 2022).

È interessante notare che questo *range* d'età coincida con la fascia demografica che utilizza maggiormente i social media. Uno degli aspetti più critici e rilevanti di queste applicazioni, è rappresentato infatti dalla costante consapevolezza di essere oggetto di valutazione da parte degli altri utenti, il che può indurre a sentimenti di ansia o stress (Musn, 2020). In particolare nelle *app di dating*, a differenza dei tradizionali social, si attribuisce agli

utenti l'intera responsabilità nella gestione dei propri *match*, esponendoli così in maniera più diretta al rischio e al rifiuto. Questo rifiuto, sulle app di incontri, può avvenire sia in modo implicito, attraverso un basso numero di *match*, sia esplicito, con disapprovazione espressa. Perciò, numerosi studi sono andati ad esplorare gli effetti dell'utilizzo delle app di incontri sulla salute mentale e sul benessere, offrendo risposte concrete a molte delle preoccupazioni comuni legate all'uso dei moderni dispositivi digitali. In particolare, la revisione condotta da Bowman raccoglie e analizza i risultati di ben 26 studi, presentandoli in modo chiaro e sistematico, contribuendo così a delineare un quadro più preciso e informato sull'impatto psicologico di queste piattaforme.

Risultato	+	-	0
Depressione	4		8
Ansia	3		2
Stress	2		
Autostima	2	5	14
Soddisfazione della vita		1	1
Umore	1	2	2

Nota. “+” = effetto positivo significativo, “0” = nessun effetto significativo, “-” effetto negativo significativo

**Tabella 3:** Riepilogo degli effetti dell'uso app di incontri sulla salute mentale e sul benessere. Fonte: Bowman et Al. (2025). *Dating apps and their relationship with body image, mental health and wellbeing: A systematic review.*

Nella tabella 3 sono riuniti i risultati di questa revisione sistematica, che mostra chiaramente gli impatti negativi dell'uso delle app di incontri sulla salute mentale e sul

benessere. In primo luogo, di tutti gli studi inclusi, che misuravano la salute mentale e il benessere (n = 29), il 48,3% (n = 14) ha riportato correlazioni significative tra l'uso di app di incontri e peggioramenti nel benessere psicologico. In particolare, sono state identificate relazioni positive tra uso di app di incontri e depressione (n = 4), ansia (n = 3), autostima (n = 2), stress (n = 2) e umore (n = 1), mentre alcune ricerche hanno segnalato relazioni negative significative con l'autostima (n = 5), l'umore (n = 2) e la soddisfazione di vita (n = 1). In sintesi, l'uso di queste piattaforme è stato frequentemente associato a una riduzione dell'autostima accompagnata da un aumento di livelli di depressione e ansia. (Bowman et al., 2025).

Tuttavia, per comprendere meglio l'origine degli effetti negativi sulla salute mentale è bene fare una distinzione tra uso attivo e uso passivo delle piattaforme *online*. L'uso passivo, è caratterizzato dal *doomscrolling*, ossia l'atto di scorrere i social media senza interagire con altri utenti e è una delle principali cause di impatti negativi sulla salute mentale. Tuttavia, l'uso attivo, come l'invio dei messaggi o l'interazione diretta con altri utenti, può avere effetti positivi sul benessere, favorendo l'autostima e la connessione sociale (Sadagheyani & Tatari, 2020). Il tipo di comportamento passivo, oltre che nei social media, è frequente anche tra gli utenti delle app di incontri, dove una grande porzione di utenti si dedica all'atto di scorrere all'infinito (*swipe*) piuttosto che avviare interazioni significative (Thomas et al., 2023), contribuendo così ad aumentare il malessere psicologico. A dire il vero, le app di incontri sembrano incentivare particolarmente l'uso frequente e prolungato, premiando la presenza costante dell'utente. Ad esempio, nelle comuni *app di dating*, i profili di coloro che sono stati online di recente appaiono in cima alla lista, mentre i profili degli utenti inattivi vengono mostrati più tardi, spingendo in questo modo le persone a riaprire continuamente l'app per non perdere di visibilità. Un altro esempio del genere si vede nell'app di Grindr, nella quale addirittura non vengono inviate notifiche *push* agli utenti, che devono quindi riaprire

l'applicazione per verificare se hanno ricevuto nuovi *match* o messaggi, aumentando il tempo speso sulla piattaforma. Non a caso, molti utenti hanno dichiarato anche di non organizzare mai appuntamenti di persona, ma di rimanere esclusivamente nel dominio *online* (Best & Delmege, 2012). Da queste premesse, le app di incontri sembrano promuovere una mentalità da consumatore (chiamata “*shopping mentality*”), dove si continua a cercare il "partner perfetto", come in un supermercato. Nonostante una persona corrisponda a 9 caratteristiche su 10, si persiste a cercare qualcuno che le soddisfi tutte e questo atteggiamento genera un'infinita insoddisfazione e rende difficile stabilire connessioni significative. Col passare del tempo, questa "cultura della scelta illimitata" porta gli utenti più esperti a essere diffidenti e stanchi e si assiste a un paradosso: più si ha la possibilità di scegliere, più ci si sente frustrati e meno soddisfatti. Pertanto l'elemento più critico delle app di incontri, e anche quello che crea "dipendenza", è lo *swipe*. *Swipe* significa sfogliare i profili sfiorando con il pollice a destra o a sinistra per accettare o rifiutare un profilo di un potenziale futuro *match*. Di conseguenza, uno *swipe* prolungato può essere da una parte gratificante perché, col tempo, si raccolgono sempre più accettazioni reciproche ("*match*"), d'altra parte può diventare compulsivo, tanto da rendere difficile per i giovani interrompere l'attività.

Diverse ricerche, come abbiamo visto, hanno associato l'uso compulsivo delle app a livelli più elevati di ansia, depressione e una riduzione della soddisfazione di vita, tuttavia, resta poco chiaro quale sia il meccanismo alla base di queste correlazioni negative. Per rispondere a questa domanda, lo studio di Thomas et Al. (2023) ha indagato proprio l'attività specifica dello *swipe* eccessivo come potenziale meccanismo mediatore, attraverso il quale, l'uso di app di incontri potrebbe essere correlato a risultati indesiderati. In primo luogo, i risultati hanno mostrato che l'effetto dell'uso frequente di *app* di incontri sullo *swipe* eccessivo era altamente significativo ( $b = 0,17, p < 0,001, 95\% \text{ CI } [0,12, 0,21]$ ) e questo comportamento era associato a un maggiore confronto sociale verso l'alto, ovvero il paragone

con utenti percepiti come più attraenti o desiderabili. Inoltre, lo *swipe* compulsivo sembra intensificare la paura di essere single, invece di alleviare la pressione: la disponibilità di numerose alternative può esercitare pressione sui single affinché trovino finalmente un partner e innescare un'attribuzione disposizionale di fallimento. In linea con questo, infine, lo scorrimento eccessivo di un vasto numero di profili è correlato al sovraccarico di scelta del partner, dimostrando che gli individui sono scarsamente attrezzati a gestire cognitivamente un elevato numero di alternative (Thomas et al., 2023).

Quindi in altre parole, lo studio ha mostrato che non è tanto la frequenza d'uso delle app in sé a determinare effetti negativi sulla salute mentale, quanto il modo in cui esse vengono utilizzate. Lo scorrimento eccessivo media completamente gli effetti dell'uso frequente delle app sugli esiti negativi analizzati (come ansia, confronto sociale o timore della solitudine). Lo studio ha tentato anche di distinguere tra diverse modalità cognitive di scorrimento: quella basata su valutazioni critiche dei profili e quella più impulsiva e intuitiva. Tuttavia, nessuna di queste modalità ha modificato significativamente gli effetti negativi dello scorrimento eccessivo, suggerendo che è proprio l'intensità e la compulsività dello *swipe* ad avere un impatto negativo, indipendentemente dallo stile decisionale. (Thomas et al., 2023).

## LIMITI

Nonostante i risultati ottenuti dai diversi studi siano interessanti e coerenti tra loro, è necessario tenere in considerazione alcuni limiti metodologici, che possono influenzare la validità e la generalizzabilità dei dati.

Un primo limite riguarda le caratteristiche dei campioni utilizzati. Molte ricerche si basano su un numero ristretto di partecipanti, compromettendo la potenza statistica necessaria per trarre conclusioni affidabili su larga scala. Inoltre, i campioni sono spesso non rappresentativi, caratterizzati da una prevalenza di persone di sesso femminile, eterosessuali e appartenenti alla stessa etnia. Questa omogeneità limita la possibilità di estendere i risultati a popolazioni più ampie e diversificate, come giovani adulti di altri paesi o appartenenti alla comunità LGBTQ+.

Un secondo limite significativo è legato al fenomeno della desiderabilità sociale, ovvero i partecipanti potrebbero aver alterato le risposte per apparire più conformi alle norme sociali, ad esempio potrebbero aver mentito sulla quantità di tempo passato sulle piattaforme di *dating* o sul numero di appuntamenti effettuati. Questo introduce un potenziale bias che può compromettere l'accuratezza dei dati raccolti.

Un ulteriore aspetto critico è rappresentato dalla modalità di misurazione impiegata negli studi. Spesso vengono usati questionari auto valutativi troppo brevi e somministrati online, che non consentono di indagare in modo approfondito la complessità delle variabili psicologiche coinvolte e stabilire relazioni causali tra l'uso delle *app di dating* e i vari effetti psicologici osservati.

Nonostante queste limitazioni, la presente ricerca contribuisce a comprendere meglio i meccanismi psicosociali che sono dietro l'uso delle applicazioni di appuntamenti *online*, un fenomeno sempre più diffuso tra i giovani e ancora circondato da tabù, pregiudizi e

disinformazione; analizzarlo consente di fare luce sulle relazioni virtuali emergenti in adolescenza e sulle complesse dinamiche psicosociali che le caratterizzano.

## DISCUSSIONE E CONCLUSIONI

Con la presente tesi abbiamo approfondito il fenomeno in continua espansione delle applicazioni di *dating online*, una realtà ormai radicata tra le giovani generazioni. In un contesto in cui tali strumenti sono spesso oggetto di pregiudizi, tabù e disinformazione, questa ricerca si propone come un contributo utile sia per i genitori, spesso disorientati e impauriti dall'uso che i propri figli fanno di queste piattaforme, sia per gli stessi adolescenti che talvolta la utilizzano in modo inconsapevole e potenzialmente rischioso.

Il lavoro è iniziato introducendo il contesto socioculturale in cui gli adolescenti oggi nascono e crescono: un ambiente profondamente trasformato dalla rivoluzione digitale e dalla presenza pervasiva dei *social media*. Dopo aver delineato il quadro di riferimento, siamo andati a esplorare più nel profondo le applicazioni di *dating online*, spiegando cosa sono, come funzionano e quali cambiamenti hanno apportato alle relazioni interpersonali, in termini di mobilità, immediatezza e prossimità. Successivamente, analizzando le principali motivazioni che spingono i giovani ad usare queste piattaforme, abbiamo scoperto che rivestono un ruolo centrale la curiosità nella ricerca di nuove emozioni, il desiderio di instaurare relazioni intime ,che ha maggior impatto con il cresce dell'età, la necessità di rafforzare la propria autostima e la pressione sociale legata alla popolarità di queste app, sebbene non sia un fattore che persiste a lungo termine .

In seguito, la seconda parte del lavoro è dedicata all'analisi delle caratteristiche individuali degli utenti, al fine di mostrare in che modo tali variabili possano influenzare l'approccio alle *app di dating*. Le ricerche che analizzano la differenza di genere hanno evidenziato che le donne tendono ad essere più selettive rispetto agli uomini e, a loro volta, ricevono un maggior numero di valutazioni positive. Questi risultati sono coerenti con la teoria dell'investimento parentale, secondo la quale, nel processo di scelta del partner, la donna tende a dare più valore a informazioni qualitative, come le caratteristiche

socioeconomiche e personali, piuttosto che a contenuti puramente visivi. A supporto di questa interpretazione, è emerso anche che la presenza di contenuto testuale più ricco nei profili maschili aumenta la probabilità di giudizio positivo da parte della donna. Prendendo in esame le caratteristiche psicologiche, invece, è stato smentito il luogo comune che queste app sarebbero usate principalmente da persone con ansia sociale, al contrario, si è riscontrata una maggior predisposizione da parte degli individui estroversi. Inoltre, alcuni tratti di personalità come Nevroticismo e Apertura all'esperienza risultano essere associati all'uso più frequente dei social media; mentre, nello specifico, l'uso di Tinder sembra correlare positivamente solo con l'alta sensibilità al rifiuto. Tuttavia, è interessante notare che gli utenti di Tinder non single, il 25% del totale, hanno punteggi più bassi in Amicalità, suggerendo una motivazione legata principalmente alla gratificazione fisica, e punteggi più alti in Nevroticismo e Psicoticismo che potrebbero riflettere la volontà di evadere e distrarsi dai problemi di coppia. Inoltre, chi ha un attaccamento ansioso tende a fare un uso più intenso di queste piattaforme, con un conseguente aumento delle emozioni negative (insicurezza, ansia, prestazione). Ciò è coerente con quanto suggerisce la teoria dell'attaccamento, in cui l'ansia d'attaccamento è caratterizzata da un forte bisogno di vicinanza e di rassicurazione emotiva e le app di dating possono rappresentare un canale attraverso cui cercare questa connessione.

Infine, ci siamo interrogati sulle conseguenze psicologiche e comportamentali dell'utilizzo di queste nuove applicazioni. I dati indicano che un uso passivo (*lo swipe*) o disfunzionale delle app può correlare con livelli più elevati di insoddisfazione corporea, disturbi dell'alimentazione e iper-vigilanza sull'aspetto fisico, tutti aspetti particolarmente critici durante l'adolescenza, fase in cui si costruiscono identità e autostima. Le conseguenze negative sul benessere psicologico risultano più sfumate, ma comunque presenti. Tuttavia, è emerso che non è tanto la frequenza d'uso ad incidere negativamente, quanto il modo in cui le app vengono utilizzate: l'uso attivo e consapevole, infatti, può avere effetti positivi

sull'umore, sulla soddisfazione personale e sull'autostima, come dimostrato anche da alcuni studi recenti.

Comprendere queste dinamiche è fondamentale per lo sviluppo di interventi mirati che possano prevenire gli effetti negativi e promuovere un uso più sano e consapevole delle app d'incontri. Tuttavia, in futuro ci sarebbe d'approfondire meglio gli effetti positivi dell'uso delle *app di dating*, ancora poco indagati rispetto agli aspetti problematici. Inoltre, si potrebbero cercare dei metodi alternativi per ridurre le implicazioni negative di queste piattaforme, ad esempio limitandone l'uso passivo (*lo swipe* continuo) e introducendo restrizioni di utilizzo (come limiti di tempo giornalieri o d'età). Alcune modifiche di questo tipo, infatti, sono già state adottate da diverse app come Tinder, che ha posto limiti di "mi piace" giornalieri per gli utenti maschi. Altre modifiche potrebbero essere rivolte, invece, alla riduzione degli effetti negativi sull'immagine corporea, eliminando la visibilità di alcuni dati prettamente estetici come il numero di *like* ottenuti o introducendo più informazioni descrittive nei profili. Infine, per salvaguardare il benessere della popolazione sarebbe necessario promuovere una formazione educativa su temi fondamentali come l'educazione sentimentale e sessuale in adolescenza e spiegare il funzionamento di queste nuove piattaforme *online*, affinché giovani e adulti comprendano i loro effetti sul benessere e sulle relazioni. Solo in questo modo sarà possibile normalizzare e rendere sicuro l'uso delle piattaforme *online*, cogliendone i benefici senza sottovalutarne i rischi, con la consapevolezza che i mondi virtuale e reale sono sempre più integrati e difficili da distinguere.

## BIBLIOGRAFIA

- Albiero, P. (2012). *Il benessere psicosociale in adolescenza: Prospettive multidisciplinari*. Carrocci Editore.
- Barrada, J. R., & Castro, Á. (2020). Tinder Users: Sociodemographic, Psychological, and Psychosexual Characteristics. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(21), Articolo 21. <https://doi.org/10.3390/ijerph17218047>
- Best, K., & Delmege, S. (2012). The filtered encounter: Online dating and the problem of filtering through excessive information. *Social Semiotics*, 22(3), 237–258. <https://doi.org/10.1080/10350330.2011.648405>
- Blackhart, G. C., Fitzpatrick, J., & Williamson, J. (2014). Dispositional factors predicting use of online dating sites and behaviors related to online dating. *Computers in Human Behavior*, 33, 113–118. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.022>
- Bowman, Z., Drummond, M., Church, J., Kay, J., & Petersen, J. M. (2025). Dating apps and their relationship with body image, mental health and wellbeing: A systematic review. *Computers in Human Behavior*, 165, 108515. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108515>
- Coffey, J. K., Bond, D. K., Stern, J. A., & Van Why, N. (2022). Sexual Experiences and Attachment Styles in Online and Offline Dating Contexts. *International Journal of Sexual Health*, 34(4), 665–678. <https://doi.org/10.1080/19317611.2022.2110349>
- Correa, T., Hinsley, A. W., & de Zúñiga, H. G. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247–253. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.09.003>
- Fink, L., Ilany-Tzur, N., Yam, H., & Sokhina, S. (2023). Do women and men click differently? Mobile devices mitigate gender differences in online dating. *Information & Management*, 60(2), 103750. <https://doi.org/10.1016/j.im.2022.103750>

- Giampietro, M., Iannello, P., Carver, C. S., & Scheier, M. F. (2023). *Psicologia della personalità*. Pearson.
- Lancini, M. (2015). *Adolescenti Navigati: Come sostenere la crescita dei nativi digitali*. Erickson.
- Lenhart, A. (2015, aprile 9). Teens, Social Media & Technology Overview 2015. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/internet/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015/> \*
- McGrath, F. (2015). *42 Percent of Tinder Users Aren't Even Single | WIRED*. <https://www.wired.com/2015/05/tinder-users-not-single/>
- Nesi, J., Choukas-Bradley, S., & Prinstein, M. J. (2018). Transformation of Adolescent Peer Relations in the Social Media Context: Part 1-A Theoretical Framework and Application to Dyadic Peer Relationships. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 21(3), 267–294. <https://doi.org/10.1007/s10567-018-0261-x>
- Organization, W. H. (2022). *World mental health report: Transforming mental health for all*. World Health Organization. \*
- Petersen, J. L., & Hyde, J. S. (2011). Gender differences in sexual attitudes and behaviors: A review of meta-analytic results and large datasets. *Journal of Sex Research*, 48(2–3), 149–165. <https://doi.org/10.1080/00224499.2011.551851>
- Ranzini, G., & Lutz, C. (2017). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 80–101. <https://doi.org/10.1177/2050157916664559>
- Sadagheyani, H. E., & Tatari, F. (2020). Investigating the role of social media on mental health. *Mental Health and Social Inclusion*, 25(1), 41–51. <https://doi.org/10.1108/MHSI-06-2020-0039>

- Sumter, S. R., Vandenbosch, L., & Ligtenberg, L. (2017). Love me Tinder: Untangling emerging adults' motivations for using the dating application Tinder. *Telematics and Informatics*, 34(1), 67–78. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.04.009>
- Thomas, M. F., Binder, A., Stevic, A., & Matthes, J. (2023). 99 + matches but a spark ain't one: Adverse psychological effects of excessive swiping on dating apps. *Telematics and Informatics*, 78, 101949. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.101949>
- Timmermans, E., De Caluwé, E., & Alexopoulos, C. (2018). Why are you cheating on tinder? Exploring users' motives and (dark) personality traits. *Computers in Human Behavior*, 89, 129–139. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.07.040>
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Who Visits Online Dating Sites? Exploring Some Characteristics of Online Daters. *CyberPsychology & Behavior*, 10(6), 849–852. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.9941>
- Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101289. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2021.12.002>
- Weiser, D. A., Niehuis, S., Flora, J., Punyanunt-Carter, N. M., Arias, V. S., & Hannah Baird, R. (2018). Swiping right: Sociosexuality, intentions to engage in infidelity, and infidelity experiences on Tinder. *Personality and Individual Differences*, 133, 29–33. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.10.025>

\*=opere non direttamente consultate