



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI PSICOLOGIA DELLO SVILUPPO E DELLA  
SOCIALIZZAZIONE (DPSS)

CORSO DI LAUREA IN SCIENZE PSICOLOGICHE DELLO SVILUPPO, DELLA  
PERSONALITÀ E DELLE RELAZIONI INTERPERSONALI

ELABORATO FINALE

SELFIE ERGO SUM: ANALISI CORRELAZIONE TRA TRATTI NARCISISTICI,  
DIPENDENZA DA INTERNET E TENDENZA AI SELFIE NELLA POPOLAZIONE  
RUSSOFONA

SELFIE ERGO SUM: CORRELATION ANALYSIS BETWEEN NARCISSISTIC  
TRAITS, INTERNET ADDICTION AND SELFIES TENDENCY IN THE RUSSIAN-  
SPEAKING POPULATION

*Relatrice*

**Prof.ssa Salcuni Silvia**

*Correlatrice*

**Dott.ssa Bassi Giulia**

***Laureanda: Kondratieva Mariia***

***Matricola: 1220688***

Anno Accademico 2021/2022

## INDICE

INTRODUZIONE.....	3
1. CAPITOLO. I CONCETTI PRINCIPALI.....	5
1.1. Narcisismo .....	5
1.2. Dipendenza da Internet .....	6
1.3. Selfie .....	8
1.4. Uso delle tecnologie e narcisismo nella mentalità russa.....	9
2. CAPITOLO. METODOLOGIA DELLA RICERCA.....	12
2.1. Obiettivi della ricerca.....	12
2.2. Ipotesi.....	12
2.3. Procedura .....	12
2.4. Partecipanti.....	13
2.5. Strumenti.....	13
2.6. Analisi dei dati .....	14
3. CAPITOLO. DESCRIZIONE DEI RISULTATI .....	16
3.1. Dati anagrafici.....	16
3.2. Statistiche descrittive delle variabili .....	16
3.3. Correlazioni.....	18
3.4. ANOVA a una via Kruskal-Wallis .....	19
3.5. Discussione .....	20
3.6. Limiti e futuri sviluppi .....	22
CONCLUSIONE .....	24
BIBLIOGRAFIA .....	25
SITOGRAFIA .....	29

## INTRODUZIONE

Il presente lavoro è dedicato allo studio dell'associazione tra i tratti narcisistici e la tendenza a scattarsi i selfie. Coloro che scattano i selfie possono esprimere diversi aspetti della propria personalità ed avere diversi bisogni che vengono soddisfatti con la pubblicazione dei selfie. Il fine di pubblicazione di un selfie non sempre rispecchia il bisogno di una relazione con un altro, ma può derivare da un'auto conferma narcisistica.

L'obiettivo di questo lavoro è stato di esplorare una possibile correlazione tra tratti narcisistici, dipendenza da Internet, dipendenza da smartphone, tendenza a scattarsi i selfie e i tratti di personalità nella popolazione adulta russofona.

Nel Primo Capitolo viene riportata la base teorica dei concetti studiati, come la nascita e lo sviluppo del concetto di narcisismo e il modello attuale che prevede la presenza di due tipi di narcisismo: grandioso e vulnerabile. La dipendenza da Internet viene studiata a partire dagli anni '90 e, nonostante le proposte di includere il disturbo nel DSM, fino ad ora nel manuale è presente soltanto la Dipendenza da Giochi Online nella parte dedicata ai disturbi da studiare in profondità. Mentre gli smartphone, al pari di Internet, sono diventati una necessità nella vita moderna, dandoci la possibilità di comunicare con le persone care, lavorare o prenotare viaggi, i selfie ci permettono di esprimere il proprio sé, creare un'immagine che rispecchi come vogliamo essere visti dagli altri.

La società russa, grazie anche alla sua storia, è sempre stata considerata collettivista, in cui le persone tendono a conformarsi agli altri. Tuttavia, l'arrivo del mercato libero ha aumentato la concorrenza e i valori individualistici.

Il Secondo Capitolo è dedicato alla metodologia della ricerca. Lo studio è stato implementato online su Google Forms, distribuito tramite snow ball sampling attraverso i Social Networks e svolto su un campione di 502 partecipanti. Sono stati usati questionari validati in lingua russa oppure sottoposti alla procedura di Back Translation. Tutte le analisi sono state svolte utilizzando il software R (RStudio, PBC), che ha permesso di condurre le statistiche descrittive, l'analisi di correlazione e l'ANOVA univariata (Kruskal-Wallis test).

Il Terzo Capitolo comprende la descrizione dei risultati ottenuti dal presente elaborato, la discussione di questi e i limiti. Nel lavoro attuale non è stata trovata una correlazione tra i tratti narcisistici e la dipendenza da Internet o da smartphone nella popolazione russofona, né una correlazione tra i fattori legati all'uso di selfie e narcisismo. Inoltre, i risultati dimostrano che non esiste una differenza significativa nella presenza dei tratti narcisistici fra popolazione russofona che abita nei paesi ex-sovietici e popolazione russofona che abita nei paesi occidentali, dimostrando solo alcune divergenze

per il fattore di estroversione e i fattori legati all'uso di selfie, che quindi sembrano più legati ad aspetti culturali.

# 1. CAPITOLO

## 1. I CONCETTI PRINCIPALI

### 1.1. Narcisismo

Il concetto di narcisismo può essere definito come uno dei più importanti nello studio della psicologia di oggi. Il termine Narcisismo proviene dalla mitologia greca. Narciso, figlio della ninfa Liriope, da bambino riceve una profezia: vivrà più a lungo se non conoscerà sé stesso. Crescendo diventa un giovane di rara bellezza, che non si interessa però né delle donne, né degli uomini. Un giorno si stende a riposarsi vicino ad un lago e con la coda dell'occhio vede il proprio riflesso nell'acqua. Attratto dalla propria immagine, credendo che si tratti di un altro che si avvicina quando Narciso si china sull'acqua, gli tende le braccia quando lui gliene tende, lo vede piangere quando lui piange, e se ne innamora. Fino a quando non giunge alla rivelazione "Ma questo sono io!" che lo condanna all'insoddisfazione e alla morte per sfinimento. Ma quando si prepara il rogo per bruciare il cadavere di Narciso, non lo si trova più, al suo posto è cresciuto un fiore.

Inizialmente il termine Narcisismo è stato usato nel contesto psichiatrico riferendosi all'autoerotismo con il significato di una perversione. Successivamente il concetto viene ripreso da Freud nel suo lavoro *Introduzione al narcisismo*. Sviluppando la teoria pulsionale, Freud (1914) distingue fra il narcisismo primario e secondario. Il narcisismo primario "*non sarebbe una perversione, ma il completamento libidico dell'egoismo, dell'istinto di autoconservazione, una certa misura del quale può essere giustificatamente attribuita ad ogni essere vivente.*" (Freud, 1962, pag.155)

Il narcisismo secondario, invece, rappresenta per Freud una regressione ad uno stadio pre-esistente, in cui la libido oggettuale viene ritirata e l'oggetto sul quale si rivolgono le pulsioni è il proprio Io. Semi (2007) paragona il funzionamento inconscio dell'apparato psichico al movimento del pendolo: esiste oscillazione continua tra i poli dell'investimento dell'energia libidica sulle rappresentazioni degli oggetti esterni e su sé stessi, in particolare sull'Io.

Il modello relazionale di Kohut (1971) sostiene che il Sé esiste dalla nascita e necessita per lo sviluppo di coesione, quindi sottolinea l'importanza del ruolo delle cure materne e delle risposte empatiche ai bisogni del Sé rudimentale. Nella sua pratica clinica distingue i pazienti narcisistici con transfert "speculare" (con il bisogno di essere ammirati e rispecchiati dal terapeuta) e con transfert "idealizzante" (con il bisogno di idealizzare ed ammirare il terapeuta). Per Kohut, il compito del terapeuta è quello di aiutare il paziente a ripercorrere le tappe evolutive attraverso un rapporto empatico in modo da permettere al Sé di svilupparsi.

Per Kernberg (1975), invece, il Sé grandioso patologico non deve essere favorito nella terapia, ma viene interpretato come una difesa narcisistica. Essendo d'accordo sul fatto che il Sé grandioso si

forma a causa dell'atteggiamento freddo e distaccato dei genitori, Kernberg sostiene che un'eccessiva pulsione aggressiva impedisce alle rappresentazioni positive e negative di integrarsi, il che porta alla formazione di immagini scisse, idealizzate, o grandiose o negative.

Nel suo lavoro "*Two faces of Narcissism*" Wink (1991), analizzando correlazione tra le diverse scale che misurano il narcisismo ha distinto due fattori opposti: Vulnerabilità-Sensibilità e Grandiosità-Esibizionismo, confermando empiricamente l'esistenza di due forme di narcisismo. Il primo, narcisismo overt o maligno, è caratterizzato da aggressività, esibizionismo, mancata considerazione di altri, bisogno di essere ammirati; mentre il secondo, narcisismo covert o ipervigile, è caratterizzato da ansia, vulnerabilità alla critica, sensazione di inadeguatezza, introversione e la mancanza della fiducia in sé stessi in contesti sociali.

In generale, il narcisismo può essere definito come un tratto di personalità che consiste in una rappresentazione grandiosa del sé (consocia o inconscia) con comportamenti volti a mantenere questo concetto a fronte della realtà.

Il DSM 5 (APA, 2013) definisce il disturbo narcisistico di personalità come un pattern pervasivo di grandiosità (nella fantasia o nel comportamento), necessità di ammirazione e mancanza di empatia, che inizia entro la prima età adulta ed è presente in svariati contesti. Sembra quindi coincidere prevalentemente con il costrutto di narcisismo maligno o overt.

## **1.2. Dipendenza da Internet**

La dipendenza da Internet è stata studiata per la prima volta nel 1996 da Kimberly Young e i risultati sono stati presentati all'American Psychological Association. Da allora, gli studi successivi hanno esaminato i vari aspetti di questo disturbo. Nel 2013 è stato proposto di includere la Dipendenza da Internet in DSM 5, ma tutt'ora non è stata ancora riconosciuta come un vero e proprio disturbo.

Solo la Dipendenza da Giochi online è stata inserita nell'Appendice al DSM 5 come disturbo da approfondire e studiare.

I primi studi hanno tentato di definire la dipendenza da Internet e hanno esaminato i modelli di comportamento che differenziavano l'uso compulsivo dal normale utilizzo di Internet (Douglas, Mills, Niang, Stepchenkova, Byun, Ruffini & Blanton, 2008; Suler, 1999; Young, 2004). Studi più recenti (Baturay & Toker, 2019; Cerniglia, Cimino, Marzilli, Pascale & Tambelli, 2020) hanno studiato i fattori eziologici o le cause associate al disturbo.

La diagnosi della dipendenza da Internet è spesso complessa. A differenza della dipendenza da sostanze chimiche, Internet offre numerosi vantaggi in quanto fa parte del progresso tecnologico nella nostra società. Grazie all'uso di Internet gli individui possono condurre ricerche, eseguire transazioni, accedere alle biblioteche, comunicare, pianificare le vacanze e molto altro ancora. In confronto, l'alcol

o le droghe non sono parte integrante o necessaria della vita personale e professionale. Con così tanti usi pratici di Internet i segni di dipendenza possono essere facilmente mascherati o giustificati.

Mentre il tempo non è una funzione diretta nella diagnosi della dipendenza da Internet, i primi studi (Egger & Rauterberg, 1996; Young, 1996) hanno suggerito che coloro che sono classificati come utenti Internet dipendenti avevano generalmente eccessi nell'uso di Internet, trascorrendo dalle 40 alle 80 ore settimanali di tempo ricreativo con sessioni che potevano durare fino a 20 ore.

L'Internet Addiction Diagnostic Questionnaire (IADQ; Young, 1996) è stata la prima misura di screening sviluppata per la diagnosi. Le risposte valutavano l'utilizzo di Internet non essenziale, ad esempio per uso non lavorativo o accademico. I soggetti sono stati considerati "dipendenti" quando hanno risposto affermativamente a cinque o più fra 8 domande riferite a un periodo di sei mesi e non associate a episodi maniacali o ipomaniacali. Le caratteristiche esaminate includevano l'abbandono degli impegni di routine o delle responsabilità della vita quotidiana, l'isolamento sociale e l'essere riservati sulle attività online o un'improvvisa richiesta di privacy quando si è online.

Nella presente ricerca è stato usato il questionario Problematic Internet Use Questionnaire (PIUQ-9; Demetrovics, Szeredi, Rózsa, 2008) basato su modello a tre fattori, fra cui il primo consiste in una scala di ossessione, cioè l'impegno mentale, attesa della prossima sessione online e ansia e preoccupazione in caso di mancanza di accesso ad Internet. Il secondo fattore si riferisce alla scala di trascuratezza e include il trascurare le faccende domestiche, sonno o relazioni interpersonali. Il terzo fattore invece riguarda la scala di controllo, cioè la difficoltà nel controllare l'uso di internet.

Nel 2020, il numero di utenti di Internet mobile ha raggiunto 4,28 miliardi, il che indica che oltre il 90% della popolazione Internet globale utilizza un dispositivo mobile per andare online. (Statista.com, 2021).

A causa della multifunzionalità degli smartphone si può suggerire che sono diventati una necessità nella vita quotidiana. Infatti, si stima che il tasso di penetrazione globale degli smartphone abbia raggiunto il 78,05% nel 2020 (Statista.com, 2021). Questo si basa su una stima di 6,055 miliardi di abbonamenti smartphone in tutto il mondo e una popolazione globale di 7,8 miliardi.

Uno studio ha dimostrato che il 60% degli utenti di smartphone non può passare 1 ora senza controllare il telefono, il 54% lo controlla mentre si è a letto e il 30% lo controlla mentre si mangia con altri (Hussain, Griffiths & Sheffield, 2017). Tali risultati suggeriscono che alcuni individui mostrano segni di dipendenza dallo smartphone. La ricerca dimostra che il tempo trascorso utilizzando lo smartphone è correlato positivamente al narcisismo e all'ansia, suggerendo che l'aumento del tempo passato usando lo smartphone può portare a tratti narcisistici e ansia (Hussain, Griffiths & Sheffield, 2017).

Una recente metanalisi (McCain & Campbell, 2018) suggerisce che il narcisismo grandioso è correlato positivamente con il tempo trascorso sui social media, con la frequenza di aggiornamento di stato, numero di amici / follower e frequenza di pubblicazione delle proprie foto o selfie, mentre il narcisismo ipervigile non è risultato significativamente correlato all'uso dei social media.

Nella ricerca svolta da Pearson e Hussain, (2017) è stata trovata una significativa positiva relazione tra i livelli di narcisismo e l'uso dello smartphone. Gli autori hanno suggerito che più una persona è narcisista e più sarà propensa a diventare dipendente dallo smartphone. I risultati qualitativi supportano l'idea che l'uso degli smartphone possa creare dei tratti narcisistici in persone che altrimenti non mostrano alti livelli di narcisismo. Questo supporta la teoria che "l'epidemia di narcisismo" (Twenge & Campbell, 2009) sia causata dalle tecnologie moderne.

### **1.3. Selfie**

La parola "Selfie" è stata nominata dall'Oxford Dictionary la parola dell'anno 2013 ed è stata definita come "fotografia che uno ha preso di sé stesso, in particolare scattata con smartphone o webcam e condivisa tramite social media".

Nel mondo moderno il *selfie* è diventato un modo di rappresentare sé stessi, costruire un'immagine di sé. Prima di essere postato, l'autoritratto viene approvato dall'autore affinché rappresenti la sua identità, rispecchi ciò che l'autore vuole dimostrare di essere.

Nonostante gli autoritratti esistessero anche prima (es., autoscatto della macchina fotografica), la pratica di fare selfie è emersa e diventata più comune con lo sviluppo degli smartphone e social networks.

Uno studio (Kim & Chock, 2017) ha esaminato la relazione tra narcisismo, tratti di personalità (Big Five), il bisogno di essere popolare e tendenza a pubblicare i selfie. I risultati della ricerca confermano che i partecipanti più giovani hanno più possibilità di impegnarsi con selfie. Inoltre, il maggior uso dei social network è associato al più alto numero di selfie postati. Lo studio ha confermato che il narcisismo è positivamente associato con la tendenza di fare i selfie, soprattutto i selfie in cui l'autore è rappresentato da solo, e di modificare le immagini scattate. Inoltre, l'età funge da moderatore tra narcisismo e la pubblicazione di selfie di gruppo, dimostrando che i partecipanti più giovani con un tratto di narcisismo più elevato avevano maggiori probabilità di pubblicare i selfie di gruppo. I risultati suggeriscono anche che la pubblicazione di selfie di gruppo può anche essere motivato dall'estroversione e gentilezza, mentre il bisogno di popolarità sia associato sia al pubblicare i selfie di gruppo che i selfie da solo.

Un'altra ricerca (Halpern, Valenzuela & Katz, 2016) ha dimostrato che il narcisismo influenza la tendenza a scattare selfie, il che, a sua volta, aumenta il livello di narcisismo. Questi dati supportano

la teoria di auto-rinforzo, per cui le persone che si impegnano a fare selfie si sentono ricompensati condividendo le proprie foto, aumentando così il proprio livello di narcisismo e di conseguenza l'uso dei social network per postare i selfie.

#### **1.4. Uso delle tecnologie e narcisismo nella mentalità russa**

Il vocabolario Treccani (Treccani.it) definisce mentalità come “modo particolare di concepire, intendere, sentire, giudicare le cose, ritenuto proprio di un individuo, di un gruppo sociale, o addirittura di un popolo”.

La contemporanea teoria cross-culturale sostiene che una delle differenze basi tra diverse culture sia quella tra culture individualistiche e collettivistiche. Nelle società individualistiche le persone sono viste come autonome, che enfatizzano la loro unicità e cercano di distinguersi dagli altri. Al contrario, nelle culture collettivistiche le persone sono considerate parte di un insieme più ampio che cercano di conformarsi agli altri. Tradizionalmente si usano i tratti collettivistici (cooperativo, leale) per descrivere le persone dei paesi non-occidentali, mentre i tratti individualistici (competitivo, indipendente) descrivono le persone delle società occidentali con economia di mercato sviluppata. L'economia di mercato con la sua enfasi sulla competizione fra persone e organizzazioni sembra rendere più adattivi i valori individualistici.

La Russia è tipicamente considerata un paese collettivistico (Mamontov, Kozhevnikova, & Radyukova, 2014). Prima della rivoluzione di ottobre del 1917 la Russia era per lo più un paese rurale. La sua struttura sociale supportava forti legami sociali, preferenza per gli scopi comuni e sacrificio per il bene degli altri. I valori collettivistici erano anche supportati dalla chiesa ortodossa che rappresentava la religione dominante nella regione.

L'ideologia politica dell'Unione Sovietica era anche estremamente collettivistica. L'ideologia sovietica metteva enfasi sulla prevalenza dei bisogni collettivi sui bisogni individuali. Forti legami sociali, organizzazione gerarchica della società e la responsabilità del benessere degli altri erano privilegiati. I valori collettivistici erano insegnati fin dalla prima infanzia dal sistema di istruzione statale.

Negli anni '90 Russia ha attraversato una transizione dall'economia pianificata all'economia di mercato libero. Questa transizione è stata accompagnata da forti cambiamenti nell'organizzazione economica e socio-politica di intera società russa.

Inoltre, secondo un recente rapporto, ci sono 4,13 miliardi di utenti Internet in tutto il mondo. Considerando che il numero di esseri umani che vivono sulla Terra è attualmente stimato in circa 8,5 miliardi, ciò significa che oltre il 41% della popolazione mondiale è interconnessa attraverso l'uso di Internet.

La Russia ha l'ottava popolazione online più numerosa al mondo (Statista.com, 2021). Nel 2021, la Russia ha contato più di 112 milioni di utenti Internet, il 77,7%, mentre l'Ucraina si è classificata più in basso, con una quota del 66% della popolazione che utilizza Internet. Con un tasso di copertura crescente, l'Internet russo, noto anche come RuNet, ha svolto e svolge sempre più un ruolo significativo nella società russa. Negli ultimi anni, la popolazione è diventata più connessa, poiché Internet ha aiutato i russi nella loro vita quotidiana, consentendo loro di pagare le bollette, ordinare cibo o un taxi o comunicare tramite i social media. La giovane generazione è particolarmente esperta di tecnologia, poiché i bambini russi ottengono i propri dispositivi digitali in tenera età. Una recente ricerca (Sivrikova, Ptashko, Perebeynos, Chernikova, Gilyazeva & Vasilyeva, 2020) ha dimostrato che un terzo dei bambini russi inizia ad utilizzare i dispositivi digitali all'età di 1-3 anni, e metà di loro lo fa giornalmente. Durante il blocco causato dalla pandemia di COVID-19, come in tutto il resto del mondo occidentale, molti russi hanno acquisito nuove competenze online adattandosi alle modalità di lavoro a distanza o all'istruzione a distanza e hanno aumentato l'uso dei servizi digitali. Uno studio condotto da Velichkovsky, Solovyev, Bochkarev, & Ishkineeva, (2019) ha esaminato il cambiamento della frequenza dell'uso di parole tipicamente collettivistiche (dovere, condividere, aiuto reciproco) o individualistiche (libertà, proprietà privata, unicità) su Google Books Ngram in modo da analizzare se i cambiamenti economici potessero portare al cambiamento nella struttura di valori di una nazione. È stato trovato che la transizione all'economia di mercato è stata associata con la crescita dell'uso delle parole corrispondenti ai valori individualistici e la diminuzione dell'uso delle parole associate ai valori collettivistici. In alcuni casi, le parole tipicamente collettivistiche erano usate con la stessa frequenza delle parole tipicamente individualistiche. Questo suggerisce che i cambiamenti economici hanno portato al cambiamento nella struttura dei valori, però i valori individualistici e collettivistici hanno continuato a coesistere nello stato transizionale della società russa.

Le persone provenienti dalle società individualistiche sono considerate più narcisistiche delle persone delle società collettivistiche, anche se la ricerca ha prodotto dei risultati contraddittori. Uno studio recente (Fatfouta, Sawicki, & Żemojtel-Piotrowska, 2021) ha analizzato le differenze nei punteggi del Narcissistic Personality Inventory (NPI; Raskin & Terry, 1988) e le sue dimensioni nelle diverse regioni del mondo. Il risultato ha dimostrato che le persone dei paesi collettivistici hanno ottenuto i punteggi più alti nelle dimensioni Leadership / Autorità ed Esibizionismo Grandioso. Questo suggerisce che i membri di queste culture si auto-descrivono come più narcisistici degli abitanti dei paesi individualistici.

Un altro studio cross-culturale (Brailovskaia & Bierhoff, 2016) ha analizzato l'uso di Facebook dagli utenti in Germania e in Russia ed i rispettivi livelli di narcisismo, trovando una relazione positiva tra

il narcisismo overt e covert in entrambi i paesi. Entrambe le forme di narcisismo hanno anche correlazione positiva con autopresentazione online e interazione sociale online. Il livello generale del narcisismo overt e covert era simile in Russia e Germania.

Uno studio che ha preso in considerazione 53 paesi (Johnson, 2020) ha analizzato i livelli di narcisismo in correlazione con paese di provenienza, dati anagrafici, corruzione politica, progresso sociale e la prosperità economica. Risultati evidenziano poca varianza nel livello di narcisismo fra diversi paesi e molta più variazione di narcisismo fra gli individui. Gli utenti più giovani e maschi erano più narcisistici. Fra i paesi, quelli con miglior sviluppo sociale avevano i valori aggregati più bassi di narcisismo.

## 2. CAPITOLO

### 2. METODOLOGIA DELLA RICERCA

#### 2.1. Obiettivi della ricerca

Diverse ricerche (Eksi, 2012; Pantic, Milanovic, Loboda, Błachnio, Przepiorka, Nesic, ... & Ristic, 2017; Wu, Ko & Lane, 2016) svolte su studenti in vari paesi (Serbia, Turchia, Taiwan) hanno dimostrato l'esistenza di una correlazione negativa tra dipendenza da Internet e autostima, e una correlazione positiva tra dipendenza da Internet e narcisismo.

Inoltre, lo studio condotto da Fox e Rooney (2015) ha esaminato la Triade Oscura (cioè narcisismo, machiavellismo e psicopatia) e l'auto-oggettivazione come predittori della tendenza a postare i selfie sui social network, confermando che il narcisismo e la psicopatia predicevano il numero di selfie pubblicati.

Obiettivo dell'attuale ricerca è quello di valutare nella popolazione adulta russofona, tramite un questionario online, l'influenza di alcune caratteristiche individuali come autostima, personalità (Estroversione, Gradevolezza, Coscienziosità, Nevroticismo, Apertura mentale), e tratti narcisistici nell'uso di Internet e dello smartphone, e infine nella tendenza a scattare e postare i selfie sul Web.

#### 2.2. Ipotesi

In base alle ricerche riportate possiamo fare le seguenti ipotesi:

- ❖ La dipendenza da Internet è correlata positivamente con i tratti narcisistici (McCain & Campbell, 2018; Rognini, 2021);
- ❖ La dipendenza dallo smartphone è correlata positivamente con i tratti narcisistici (Hussain, Griffiths & Sheffield, 2017; Pearson & Hussain, 2017);
- ❖ La tendenza di scattare i selfie è correlata positivamente con i tratti narcisistici (Halpern, Valenzuela & Katz, 2016; Kim & Chock, 2017);
- ❖ Non c'è una differenza significativa nella presenza dei tratti narcisistici fra popolazione russofona che abita nei paesi ex-sovietici e popolazione russofona che abita nei paesi occidentali (Brailovskaia & Bierhoff, 2016; Johnson, 2020).

#### 2.3. Procedura

Il presente progetto è stato approvato dal comitato etico interdipartimentale di Psicologia (Protocollo: 3843, Data: 10/11/2020) e tutte le informazioni raccolte in questa ricerca sono state trattate nel rispetto delle vigenti leggi D.Lgs.196/2003 sulla privacy e UE GDPR 679/2016 sulla protezione dei dati personali e dell'art. 9 del Codice Deontologico degli Psicologi Italiani.

Il questionario è stato implementato online su Google Forms e distribuito tramite snow ball sampling come link attraverso Social Networks (es. Facebook) e WhatsApp. Il partecipante aveva accesso a una serie di test della durata di 15-20 minuti, dopo aver dichiarato di essere maggiorenne e aver accettato il consenso informato.

Il questionario proposto era scritto in cirillico, quindi accessibile a popolazione russofona; a seguito di alcune domande relative alle variabili descrittive (genere, età, titolo di studio, occupazione), aveva lo scopo di indagare (i) la stima nei confronti di sé stessi, (ii) cinque dimensioni di personalità (Estroversione, Gradevolezza, Coscienziosità, Nevroticismo, Apertura mentale), (iii) la personalità narcisistica (iv) nell'uso di Internet e (v) dello smartphone, e infine (vi) nella tendenza a scattare e postare i selfie sul Web.

Una parte dei questionari utilizzati sono strumenti validati in lingua russa, come Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES; Rosenberg, 1965; validazione russa: Zolotareva, 2020), Narcissistic Personality Inventory-13 (NPI-13; Gentile et al., 2013; validazione russa: Shamshikova e Klepikova, 2010), Ten Item Personality Inventory (TIPI; Gosling et al., 2003; Sergeeva, Kirillov & Djumagulova, 2016). Tutti gli altri strumenti utilizzati nel questionario sono stati sottoposti a procedura di back translation (traduzione iniziale dall'italiano in russo seguita da traduzione inversa dal russo in italiano eseguita da un'altra persona, senza consultare il testo originale).

## **2.4. Partecipanti**

Un totale di N=502 partecipanti ha completato il questionario online, fra cui 470 femmine (93.6%), 31 maschi (6.2%) e 1 persona (0.2%) che ha preferito non indicare il proprio genere; l'età media è di 42.69 anni (ds=8.48; range 18-83 anni). Fra questi 396 persone abitano in Russia (78.88%), 53 in Ucraina (10.56%) e ancora 53 in altri paesi (10.56%: Austria, Azerbaigian, Bielorussia, Bulgaria, Canada, Cipro, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Georgia, Germania, Israele, Italia, Kazakistan, Lettonia, Moldavia, Montenegro, Norvegia, Olanda, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Singapore, Spagna, Stati Uniti d'America, Svezia, Svizzera).

## **2.5. Strumenti**

Nello specifico, i questionari che sono stati somministrati sono i seguenti:

1. Smartphone Addiction Inventory – Italian (SPAI-I; Pavia et al., 2016) è un questionario self-report composto da 24 item valutato su una scala Likert a 4 punti. Tale questionario ha lo scopo di valutare la dipendenza o l'uso eccessivo dello smartphone, su 5 scale: interferenza sonno, craving, tempo trascorso, compulsività, interferenza nella vita quotidiana. Esempio di item: “Mi sento molto energico

attraverso l'uso degli smartphone, indipendentemente dalle fatiche vissute” (item 5). L'alpha di Cronbach nel presente campione è risultato =0.93.

2. Problematic Internet Use Questionnaire (PIUQ-9; Koronczai et al., 2011) è uno strumento self-report composto da 9 item, misurati su una scala Likert a 5 punti, e ha lo scopo di identificare le componenti della dipendenza da Internet e di misurare i problemi associati all'uso eccessivo di Internet. Esempio di item: “Senti che dovresti ridurre la quantità di tempo trascorso online?” (item 3). L'alpha di Cronbach nel presente campione è risultato =0.83.

3. Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES; Rosenberg, 1965) è uno strumento self-report costituito da 10 item, valutati su scala Likert a 4 punti. La struttura è monofattoriale e il questionario ha l'obiettivo di misurare la stima nei confronti di sé stessi. Esempio di item: “Nel complesso sono soddisfatto di me stesso” (item 1). L'alpha di Cronbach nel presente campione è risultato =0.82.

4. Narcissistic Personality Inventory -13 (NPI-13; Gentile et al., 2013) è un breve strumento self-report caratterizzato da 13 item misurati attraverso risposte dicotomiche. Il questionario ha lo scopo di misurare le differenze individuali riguardanti la personalità narcisistica, attraverso 3 fattori: grandiosità / esibizionismo, autorità / superiorità, vanità / sfruttamento. Esempio di item: “So di essere una brava persona perché tutti continuano a ripetermelo” (item 5). L'alpha di Cronbach nel presente campione è risultato =0.63.

5. Selfitis Behavior Scale (SBS; Balakrishnan & Griffiths, 2018) è uno strumento self-report caratterizzato da 21 item valutati su scala Likert a 4 punti. Il questionario ha l'obiettivo di valutare i comportamenti legati all'uso di selfie e valuta 5 fattori: benessere associato all'uso di selfie, fiducia in sé stessi associata all'uso dei selfie, autopresentazione attraverso i selfie, bisogno di rassicurazione / approvazione, memorie / documentazione autobiografica. È stata, inoltre, aggiunta una domanda riguardante la quantità di selfie scattati in media al giorno. Esempio di item: “Scattare selfie mi fa stare bene e più a mio agio nel mio ambiente” (item 1). L'alpha di Cronbach nel presente campione è risultato =0.94.

6. Ten Item Personality Inventory (TIPI; Gosling et al., 2003) è un breve strumento self-report costituito da 10 item misurati su scala Likert a 7 punti. Tale questionario ha lo scopo di valutare le 5 dimensioni della personalità, quali Estroversione, Gradevolezza, Coscienziosità, Nevroticismo, Apertura mentale. Esempio di item: “Vedo me stesso come estroverso, entusiasta” (item 1). L'alpha di Cronbach nel presente campione è risultato =0.59.

## 2.6. Analisi dei dati

Tutte le analisi condotte nel presente elaborato sono state svolte utilizzando R (RStudio, PBC).

Per analizzare i dati raccolti sono state calcolate le statistiche descrittive (media, frequenze, e deviazione standard) per le variabili anagrafiche (età, genere) e per le variabili oggetto di studio (autostima, personalità, tratti narcisistici, comportamenti legati all'uso di selfie, uso di internet e dello smartphone) del presente elaborato sul campione intero.

Al fine di verificare le ipotesi presentate è stata eseguita un'analisi correlazionale tra le variabili sopra citate sull'intero campione.

Infine, è stata condotta un ANOVA univariata al fine di comprendere le differenze tra i 3 diversi paesi nelle variabili sopra citate. Nello specifico, i partecipanti sono stati suddivisi in tre gruppi: Russia (396 partecipanti, 78.88% del campione), Ucraina (53 partecipanti, 10.56%), paesi occidentali (41 partecipanti, 8.17%). I restanti 12 partecipanti (2.39%, paesi come Georgia, Kazakistan, Israele) non sono stati inclusi in questo tipo di analisi poiché non rappresentano un gruppo di provenienza omogenea per un confronto.

## 3. CAPITOLO

### 3. DESCRIZIONE DEI RISULTATI

#### 3.1. Dati anagrafici

Il campione di N=502 persone, partecipanti volontari alla ricerca, ha età media di 42.69 anni (ds=8.48, range da 18 a 83 anni). Tutti i partecipanti sono madrelingua russa, che abitano in diversi paesi, fra cui n=396 persone (78.88%) abitano in Russia, n=53 persone (10.56%) abitano in Ucraina, n=41 persone (8.17%) abitano in paesi occidentali (fra cui Austria, Bulgaria, Canada, Cipro, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Italia, Lettonia, Montenegro, Norvegia, Olanda, Polonia, Regno Unito, Spagna, Stati Uniti d'America, Svezia e Svizzera) e n=12 persone (2.39%) abitano in altri paesi (Azerbaijan, Bielorussia, Israele, Kazakistan, Moldavia).

La maggior parte dei partecipanti sono femmine (n=470 persone; 93.6%), mentre i maschi sono n=31 (6.2%), e solo un partecipante ha preferito non indicare il proprio genere (0.2%).

#### 3.2. Statistiche descrittive delle variabili

Le statistiche descrittive dei fattori studiati sono presentate nella Tabella 1 (N = 502).

È importante precisare che per il confronto sono stati usati i valori normativi occidentali, visto che non è stato possibile trovare i valori normativi validati per la popolazione dei paesi ex-sovietici. Di conseguenza, il campione ha delle caratteristiche piuttosto omogenee tra i gruppi per quanto riguarda il paese, mentre risulta mediamente diverso dal campione normativo occidentale. Questo potrebbe significare che i test individuano le differenze culturali delle popolazioni, scoprendo normalità diverse.

Per quanto riguarda il questionario TIPI-10, si osserva che il campione presenta medie sopra ai valori normativi per la popolazione occidentale per Estroversione e Coscienziosità, mentre Gradevolezza, Stabilità emotiva e Apertura mentale presentano medie inferiori ai valori normativi. Inoltre, per quanto riguarda il questionario NPI-13, si osserva come in tutte le sotto-scale siano presenti valori inferiori a quelli normativi occidentali. In aggiunta, il campione risulta avere una buona autostima poiché rientra all'interno del range di normalità (15-25). Infine, il presente campione evidenzia un uso problematico di Internet così come una dipendenza dallo smartphone.

Tabella 1. STATISTICHE DESCRITTIVE

Fattori	Valori intero campione	Valori normativi (Intervallo di confidenza)
<b>Ten Item Personality Inventory (TIPI)</b>		

Estroversione – Media (DS)	4.97 (1.44)	4.438—4.442
Gradevolezza – Media (DS)	4.58 (1.07)	5.228—5.231
Coscienziosità – Media (DS)	5.63 (1.12)	5.398—5.401
Stabilità emotiva – Media (DS)	4.19 (1.43)	4.828—5.401
Apertura mentale – Media (DS)	5.17 (1.21)	5.378—5.381
<b>Rosemberg Self-Esteem Scale (RSES)</b>		
Autostima – Media (DS)	21.60 (4.38)	Punteggi vanno da 0 a 30. Punteggi tra 15 e 25 = range di normalità; Punteggi <15 = bassa autostima.
<b>Narcissistic Personality Inventory -13 (NPI-13)</b>		
Autorità / Superiorità – Media (DS)	0.77 (0.23)	1.01—1.25
Grandiosità / Esibizionismo – Media (DS)	1.48 (0.24)	1.46—1.70
Vanità / Sfruttamento – Media (DS)	0.50 (0.24)	1.29—1.53
Totale – Media (DS)	0.99 (0.19)	4.00—4.24
<b>Problematic Internet Use Questionnaire (PIUQ)</b>		
Totale – Media (DS)	19.97 (5.98)	17.793—17.807
<b>Smartphone Addiction Inventory (SPAI)</b>		
Tempo trascorso – Media (DS)	8.80 (2.62)	7.73—8.21
Compulsività – Media (DS)	6.84 (2.11)	5.42—5.78
Interferenza con la vita quotidiana – Media (DS)	14.30 (4.40)	11.80—12.50
Craving – Media (DS)	10.00 (3.31)	8.08—8.64
Interferenza con il sonno – Media (DS)	5.19 (2.10)	4.05—4.39
Totale – Media (DS)	45.08 (12.25)	37.30—39.30
<b>Selfitis Behavior Scale (SBS)</b>		
F1 – Benessere associato all'uso di selfie – Media (DS)	6.36 (2.85)	/
F2 – Fiducia in sé stessi associata all'uso dei selfie – Media (DS)	8.25 (3.94)	/
F3 – Autopresentazione attraverso i selfie – Media (DS)	7.81	/

	(3.39)	
F4 – Bisogno di rassicurazione / approvazione – Media (DS)	7.48 (3.45)	/
F5 – Memorie / documentazione autobiografica – Media (DS)	4.06 (2.16)	/
Totale – Media (DS)	33.95 (13.94)	/

*Nota.* I valori normativi per SBS non sono riportati poiché non presenti nello studio di validazione per la popolazione occidentale (non è stata trovata una versione validata del questionario in lingua russa).

### 3.3. Correlazioni

Nell'analisi delle correlazioni sono state controllate le prime tre ipotesi del presente elaborato.

HP1: non è stata trovata una correlazione tra i tratti narcisistici e la dipendenza da Internet ( $r = -0.037$ ,  $p\text{-value} = 0.405$ ).

HP2: non è stata trovata una correlazione tra la dipendenza da smartphone e i tratti narcisistici ( $r = -0.027$ ,  $p\text{-value} = 0.562$ ).

HP3: nel campione studiato è stata trovata una piccola correlazione negativa fra tendenza a farsi i selfie e narcisismo. In particolare, la correlazione tra narcisismo e frequenza di selfie ( $r = -0.112$ ,  $p < .05$ ) e fra narcisismo e quantità di selfie ( $r = -0.109$ ,  $p\text{-value} = p < .05$ ). Nello stesso tempo non è stata trovata alcuna correlazione tra i fattori legati all'uso di selfie (benessere associato all'uso di selfie, fiducia in sé stessi associata all'uso dei selfie, autopresentazione attraverso i selfie, bisogno di rassicurazione / approvazione, memorie / documentazione autobiografica) e fattori narcisistici (autorità / superiorità e vanità / sfruttamento), mentre alla scala di grandiosità / esibizionismo ha dimostrato una piccola correlazione negativa con tutti i fattori legati all'uso di selfie (benessere associato all'uso di selfie:  $r = -0.139$ ,  $p < .01$ ; fiducia in sé stessi associata all'uso dei selfie:  $r = -0.133$ ,  $p < .01$ ; autopresentazione attraverso i selfie:  $r = -0.148$ ,  $p < .01$ ; bisogno di rassicurazione / approvazione:  $r = -0.124$ ,  $p < .01$ ; memorie / documentazione autobiografica:  $r = -0.107$ ,  $p < .05$ ).

Nel campione studiato è emersa una piccola correlazione positiva tra l'età dei partecipanti e il narcisismo ( $r = 0.245$ ,  $p < .01$ ) e una media correlazione negativa tra estroversione e narcisismo ( $r = -0.261$ ,  $p < .01$ ), in particolare con il tratto narcisistico di vanità / sfruttamento ( $r = -0.290$ ,  $p < .01$ ).

La dipendenza da Internet ha dimostrato una piccola correlazione negativa con la coscienziosità ( $r = -0.218$ ,  $p < .01$ ) e stabilità emotiva ( $r = -0.230$ ,  $p < .01$ ), mentre apertura mentale è correlata negativamente con narcisismo ( $r = -0.200$ ,  $p < .05$ ), soprattutto per il tratto di vanità / sfruttamento ( $r = -0.231$ ,  $p < .01$ ).

È emersa una piccola correlazione negativa tra autostima e narcisismo ( $r = -0.260, p < .01$ ), soprattutto per il tratto narcisistico di vanità / sfruttamento ( $r = -0.287, p < .01$ ), tra autostima e dipendenza da Internet ( $r = -0.258, p < .01$ ) e una correlazione negativa tra autostima con il totale della dipendenza da smartphone ( $r = -0.359, p < .01$ ).

La dipendenza da Internet è risultata correlata positivamente con la dipendenza da smartphone ( $r = 0.696, p < .01$ ).

Inoltre, è stata trovata una piccola correlazione positiva tra i fattori della dipendenza da smartphone e i fattori relativi all'uso di selfie. Nello specifico:

- Tempo trascorso ad usare lo smartphone con: fiducia in sé stessi dall'uso di selfie ( $r = 0.220, p < .01$ ), autopresentazione ( $r = 0.270, p < .01$ ), bisogno di approvazione ( $r = 0.268, p < .01$ ) e documentazione autobiografica ( $r = 0.221, p < .01$ );
- Compulsività con: fiducia in sé stessi associato all'uso di selfie ( $r = 0.210, p < .05$ ) e autopresentazione ( $r = 0.204, p < .05$ );
- Interferenza con la vita quotidiana con: fiducia in sé stessi associato all'uso di selfie ( $r = 0.215, p < .01$ ), autopresentazione ( $r = 0.245, p < .01$ ) e bisogno di approvazione ( $r = 0.241, p < .01$ );
- Craving con: fiducia in sé stessi associato all'uso di selfie ( $r = 0.235, p < .01$ ), autopresentazione ( $r = 0.244, p < .01$ ) e bisogno di approvazione ( $r = 0.267, p < .01$ );
- Interferenza con sonno: con bisogno di approvazione ( $r = 0.215, p < .01$ );
- Il fattore della dipendenza da smartphone con: fiducia in sé stessi associato all'uso di selfie ( $r = 0.251, p < .01$ ), autopresentazione ( $r = 0.281, p < .01$ ), bisogno di approvazione ( $r = 0.286, p < .01$ ) e documentazione autobiografica ( $r = 0.219, p < .01$ ).

Infine, è interessante notare che il fattore del benessere associato all'uso dei selfie non sia risultato correlato con nessuno dei fattori della dipendenza da smartphone.

### **3.4. ANOVA a una via Kruskal-Wallis**

Per verificare la quarta ipotesi del presente elaborato sono stati svolti alcuni test, per controllare se la distribuzione nei tre gruppi (popolazione russa, popolazione ucraina, popolazione russofona nei paesi occidentali) fosse normale (Shapiro-Wilk test) e se le varianze fossero omogenee (Bartlett test). In base ai risultati ottenuti, è stata condotta una ANOVA omoschedastica non parametrica. Kruskal-Wallis test ha confermato che le medie dei 3 gruppi sono statisticamente uguali ( $p\text{-value} = 0.234$ ), quindi possiamo confermare l'ipotesi che non esiste una differenza significativa nella presenza dei tratti narcisistici fra popolazione russofona che abita nei paesi ex-sovietici e popolazione russofona che abita nei paesi occidentali.

La stessa analisi è stata svolta anche per altri fattori relativi a TIPI, RSE, PIUQ-9 e SPAI, confermando che le medie sono statisticamente uguali per Gradevolezza (p-value=0.371), Coscienziosità (p-value=0.626), Stabilità emotiva (p-value=0.983) e Apertura mentale (p-value=0.735), Autostima (p-value=0.803), Dipendenza da Internet (p-value=0.379); idem per i fattori della dipendenza da smartphone: tempo trascorso (p-value=0.457), compulsività (p-value=0.640), interferenza con la vita quotidiana (p-value=0.557), craving (p-value=0.828), interferenza con il sonno (p-value=0.464) e il fattore totale della dipendenza da smartphone (p-value=0.765).

È stata trovata una differenza significativa per quanto riguarda il fattore Estroversione (p-value=0.031). La popolazione più estroversa risulta quella ucraina (media =5.19, ds =1.55), seguita dalla popolazione russa (media =4.98, ds =1.42), e dalla popolazione russofona che abita nei paesi occidentali (media =4.46, ds =1.47). Le persone che si trasferiscono all'estero potrebbero aver difficoltà a comunicare con la popolazione locale, preferendo i piccoli gruppi di altri immigrati.

Un altro strumento per cui è stata confermata una differenza significativa tra i gruppi è SBS, come riportato nella Tabella 2. Per quanto riguarda i fattori Benessere, Fiducia in sé stessi, Autopresentazione, Bisogno di rassicurazione e il fattore Totale della dipendenza dai selfie, la popolazione ucraina riporta i valori più alti, mentre i valori più bassi si riferiscono alla popolazione russa.

Tabella 2. VALORI SBS PER GRUPPI

<b>Fattori</b>	<b>Popolazione russa (N = 396)</b>	<b>Popolazione ucraina (N = 53)</b>	<b>Popolazione occidentale (N = 41)</b>
F1 – Benessere associato all'uso di selfie – Media (DS)	6.16 (2.67)	7.72 (3.75)	6.34 (2.42)
F2 – Fiducia in sé stessi associata all'uso dei selfie – Media (DS)	7.96 (3.75)	9.83 (4.99)	8.63 (3.64)
F3 – Autopresentazione attraverso i selfie – Media (DS)	7.56 (3.18)	9.21 (4.31)	8.20 (3.71)
F4 – Bisogno di rassicurazione / approvazione – Media (DS)	7.21 (3.31)	9.30 (4.08)	7.51 (3.29)
F5 – Memorie / documentazione autobiografica – Media (DS)	3.97 (2.12)	4.62 (2.33)	4.17 (2.25)
SBS Totale	32.86 (13.18)	40.68 (17.72)	34.85 (13.20)

### 3.5 Discussione

Obiettivo dell'attuale ricerca è stato quello di valutare nella popolazione adulta russofona, tramite una breve batteria di test online, l'influenza di alcune caratteristiche individuali come autostima, personalità e tratti narcisistici nell'uso di Internet e dello smartphone, e infine nella tendenza a scattare e postare i selfie sul Web.

Per quanto riguarda le prime due ipotesi, a differenza di altri studi (McCain & Campbell, 2018; Hussain, Griffiths & Sheffield, 2017; Pearson & Hussain, 2017), i risultati del presente elaborato non supportano l'idea che nella popolazione russofona analizzata ci sia una correlazione tra narcisismo e dipendenza da Internet e narcisismo e dipendenza da smartphone.

I dati delle ricerche in letteratura sono abbastanza controversi. Nonostante molti studi (McCain & Campbell, 2018; Pearson & Hussain, 2017), confermano la correlazione tra la presenza dei tratti narcisistici e l'abuso di Internet e social media, altre ricerche non trovano questa correlazione (Odaci & Çelik, 2013; Skues, Williams & Wise, 2012). Uno studio condotto da Hussain, Griffiths & Sheffield (2017) ha trovato che il narcisismo era correlato al tempo trascorso sullo smartphone, ma non alla dipendenza da smartphone. Un'altra ricerca (Reid & Thomas, 2017) invece ha dimostrato una relazione inversa tra utilizzo di smartphone e narcisismo.

Per quanto riguarda la terza ipotesi, nell'attuale lavoro non è stata trovata alcuna correlazione fra i fattori legati all'uso di selfie e i tratti narcisistici. Questo potrebbe essere dovuto alla diversa motivazione per cui le persone si fanno i selfie. Infatti, nel campione studiato il 15% di persone hanno riferito che fanno selfie per avere un ricordo di un particolare momento o evento. Questo viene confermato dallo studio (Etgar & Amichai-Hamburger, 2017) che ha analizzato le diverse motivazioni per fare i selfie e non ha trovato una correlazione fra narcisismo e motivazione legata alle memorie e documentazione autobiografica.

In linea con altri studi (Kakaraki, Tselios & Katsanos, 2017), abbiamo trovato una correlazione negativa tra abuso dell'Internet e tratti di personalità, come coscienziosità e stabilità emotiva. Questo dato potrebbe indicare che maggiore autodisciplina e minore livello di ansia permette di controllare i comportamenti impulsivi legati all'uso di Internet.

L'autostima è risultata correlata negativamente con il narcisismo, soprattutto per quanto riguarda il tratto narcisistico di vanità / sfruttamento. La somiglianza fra i costrutti di narcisismo e autostima sembra intuitiva, poiché entrambi riflettono una percezione positiva del sé, tuttavia mentre l'autostima è un costrutto adattivo, associato negativamente alla psicopatologia e comportamenti esternalizzanti, ci sono studi che collegano il narcisismo ad insensibilità, atteggiamenti umilianti verso gli altri (Hyatt, Sleep, Lamkin, Maples-Keller, Sedikides, Campbell & Miller, 2018).

La correlazione negativa tra autostima e dipendenza da Internet e autostima e dipendenza da smartphone è confermata da altri studi (Seabra, Loureiro, Pereira, Monteiro, Marina Afonso & Esgalhado, 2017; Andreassen, Pallesen & Griffiths, 2017) e può implicare che le persone usino Internet e smartphone per ottenere una maggiore autostima (attraverso i "like"). Inoltre, le persone con autostima bassa potrebbero preferire comunicazione online anziché faccia a faccia.

La dipendenza dallo smartphone ha dimostrato una correlazione positiva con tutti i fattori legati all'uso di selfie (fiducia in sé stessi associato all'uso di selfie, autopresentazione, bisogno di approvazione e documentazione autobiografica) tranne che per il fattore del benessere associato all'uso di selfie. Il farsi i selfie implica l'interazione sociale attraverso la quale gli individui potrebbero ottenere specifici benefici, sperimentando uno stato emotivo di benessere. Infatti, il 38% del campione ha riferito di scattarsi i selfie per poterli condividere con altri, che possono essere amici o parenti che stanno lontano, o fare le foto di gruppo che vengono condivise.

Infine, per quanto riguarda la quarta ipotesi, non è stata trovata una differenza significativa nei tratti narcisistici fra popolazione russofona che abita nei paesi ex-sovietici e popolazione russofona che abita nei paesi occidentali.

In conclusione, il campione studiato, nonostante presenti valori più alti di quelli normativi per la popolazione occidentale per quanto riguarda la dipendenza da Internet e da smartphone, non presenta i tratti narcisistici. I gruppi non presentano le differenze significative per quanto riguarda i tratti narcisistici, dimostrando solo alcune divergenze per il fattore di estroversione ed i fattori legati all'uso di selfie, che quindi sembrano più legati ad aspetti culturali specifici.

### **3.6. Limiti e futuri sviluppi**

Il lavoro attuale presenta diversi limiti:

- Quasi tutto il campione (93.6%) è rappresentato da donne, il che può aver influito sui risultati della ricerca. Considerando che ci sono studi che confermano le differenze di genere nella presenza dei tratti narcisistici (i maschi tendono a dimostrare un livello di narcisismo più alto; Grijalva, Newman, Tay, Donnellan, Harms, Robins & Yan, 2015) e nell'uso di selfie (le femmine si scattano più selfie; Arpacı, Yalçın, Baloğlu & Kesici, 2018), la ricerca futura dovrebbe sviluppare studi su un campione più bilanciato.
- Distribuzione non omogenea fra i gruppi. La maggior parte dei partecipanti (78.88%) abita in Russia, quindi, è probabile che i dati del campione intero si riferiscano più alla popolazione russa che ad altri gruppi. Nelle future ricerche sarebbe opportuno considerare la possibilità di utilizzare una campione che sia bilanciato fra gruppi per quanto riguarda il paese di appartenenza.
- I questionari sono stati presentati in lingua russa, ma solo una parte di loro è stata validata per la popolazione russofona. Inoltre, per mettere insieme gli item del NPI-13 è stato utilizzato il questionario NPI-16, tradotto e validato in lingua russa. Tutto questo può aver influenzato l'affidabilità dei risultati.

- Non è stato possibile trovare i valori normativi dei questionari per la popolazione russa, di conseguenza sono stati usati i dati occidentali. Nelle future ricerche risulta essere importante utilizzare strumenti validati e con valori normativi disponibili della popolazione indagata.
- Il 15% dei partecipanti ha riferito di non scattarsi mai selfie, il che potrebbe dipendere anche dall'età media del campione (42.69 anni, ds=8.48). Nelle ricerche future sarà necessario includere una domanda-filtro al fine di indagare chi abitualmente si scatta selfie. Inoltre, sarebbe interessante esplorare la correlazione tra l'età e i comportamenti legati ai selfie (frequenza selfie, motivazione a scattarsi selfie), includendo nella ricerca anche partecipanti più giovani.

Infine, sarebbe interessante indagare la correlazione tra narcisismo e i diversi tipi di motivazione per scattarsi i selfie.

## CONCLUSIONE

I risultati dell'analisi hanno confutato le prime tre ipotesi, dimostrando che nel campione studiato non esiste una correlazione tra i tratti narcisistici e dipendenza da Internet o da smartphone, né una correlazione tra i fattori legati all'uso di selfie e narcisismo, mentre è stata trovata una piccola correlazione negativa tra narcisismo e frequenza a scattarsi i selfie o quantità di selfie scattati.

L'abuso di Internet risulta essere correlato negativamente con coscienziosità e stabilità emotiva, mentre l'autostima presenta correlazione negativa sia con narcisismo che con dipendenza da Internet e dipendenza da smartphone.

Per quanto riguarda la quarta ipotesi, i risultati confermano l'idea che non esiste una differenza significativa tra popolazione russofona che abita nei paesi ex-sovietici e popolazione russofona che abita nei paesi occidentali. È importante specificare che nel presente elaborato sono stati utilizzati i valori normativi dei test validati per la popolazione occidentale, che hanno evidenziato delle caratteristiche omogenee per i gruppi di paesi ex-sovietici, risultando essere diverse da quelle della popolazione occidentale. Le differenze trovate fra i gruppi per il fattore di estroversione ed i fattori legati all'uso di selfie, sembrano, quindi, essere più legati ad aspetti culturali.

I futuri sviluppi dello studio sono rappresentati dal superare i limiti presenti nella ricerca attuale. Di conseguenza, viene suggerito, per le ricerche future, di prestare una particolare attenzione alla creazione di gruppi più omogenei (sia per quanto riguarda il sesso, sia per quanto riguarda la popolazione dei diversi paesi), utilizzare strumenti validati per la popolazione studiata, includendo una domanda-filtro che permette di creare un campione di persone che abitualmente si scattano selfie. Infine, sarebbe interessante indagare come le motivazioni di una persona a scattare e pubblicare selfie sono correlate ai fattori narcisistici.

## BIBLIOGRAFIA

- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors, 64*, 287-293.
- Arpaci, I., Yalçın, S. B., Baloğlu, M., & Kesici, Ş. (2018). The moderating effect of gender in the relationship between narcissism and selfie-posting behavior. *Personality and Individual Differences, 134*, 71-74.
- Baturay, M. H., & Toker, S. (2019). Internet addiction among college students: Some causes and effects. *Education and Information Technologies, 24*(5), 2863-2885.
- Brailovskaia, J., & Bierhoff, H. W. (2016). Cross-cultural narcissism on Facebook: Relationship between self-presentation, social interaction and the open and covert narcissism on a social networking site in Germany and Russia. *Computers in Human Behavior, 55*, 251-257.
- Cerniglia, L., Cimino, S., Marzilli, E., Pascale, E., & Tambelli, R. (2020). Associations among internet addiction, genetic polymorphisms, family functioning, and psychopathological risk: Cross-sectional exploratory study. *JMIR Mental Health, 7*(12), e17341.
- Demetrovics, Z., Szeredi, B., & Rózsa, S. (2008). The three-factor model of Internet addiction: The development of the Problematic Internet Use Questionnaire. *Behavior research methods, 40*(2), 563-574.
- Douglas, A. C., Mills, J. E., Niang, M., Stepchenkova, S., Byun, S., Ruffini, C., ... & Blanton, M. (2008). Internet addiction: Meta-synthesis of qualitative research for the decade 1996–2006. *Computers in human behavior, 24*(6), 3027-3044.
- Egger, O., & Rauterberg, M. (1996). Internet behaviour and addiction. *Semester thesis (Swiss Federal Institute of Technology, Zurich, 1996)*.
- Eksi, F. (2012). Examination of Narcissistic Personality Traits' Predicting Level of Internet Addiction and Cyber Bullying through Path Analysis. *Educational Sciences: Theory and Practice, 12*(3), 1694-1706.
- Etgar, S., & Amichai-Hamburger, Y. (2017). Not all selfies took alike: Distinct selfie motivations are related to different personality characteristics. *Frontiers in Psychology, 8*, 842.

- Fatfouta, R., Sawicki, A., & Żemojtel-Piotrowska, M. (2021). Are individualistic societies really more narcissistic than collectivistic ones? A five-world region cross-cultural re-examination of narcissism and its facets. *Personality and Individual Differences, 183*, 111163.
- Fox, J., & Rooney, M. C. (2015). The Dark Triad and trait self-objectification as predictors of men's use and self-presentation behaviors on social networking sites. *Personality and Individual Differences, 76*, 161-165.
- Freud, S. (1962). Introduzione al narcisismo. *Rivista di Psicoanalisi, 8*(3), 155-175.
- Grijalva, E., Newman, D. A., Tay, L., Donnellan, M. B., Harms, P. D., Robins, R. W., & Yan, T. (2015). Gender differences in narcissism: a meta-analytic review. *Psychological bulletin, 141*(2), 261.
- Halpern, D., Valenzuela, S., & Katz, J. E. (2016). "Selfie-ists" or "Narci-selfiers"? A cross-lagged panel analysis of selfie taking and narcissism. *Personality and Individual Differences, 97*, 98-101.
- Hussain, Z., Griffiths, M. D., & Sheffield, D. (2017). An investigation into problematic smartphone use: The role of narcissism, anxiety, and personality factors. *Journal of behavioral addictions, 6*(3), 378-386.
- Hyatt, C. S., Sleep, C. E., Lamkin, J., Maples-Keller, J. L., Sedikides, C., Campbell, W. K., & Miller, J. D. (2018). Narcissism and self-esteem: A nomological network analysis. *PloS one, 13*(8), e0201088.
- Johnson, L. K. (2020). Narcissistic people, not narcissistic nations: Using multilevel modelling to explore narcissism across countries. *Personality and Individual Differences, 163*, 110079.
- Kakaraki, S., Tselios, N., & Katsanos, C. (2017). Internet addiction, academic performance and personality traits: A correlational study among female university students. *International Journal of Learning Technology, 12*(2), 151-164.
- Kim, J. W., & Chock, T. M. (2017). Personality traits and psychological motivations predicting selfie posting behaviors on social networking sites. *Telematics and Informatics, 34*(5), 560-571.
- Maj, M., Maj, M., & Biondi, M. (2014). *DSM-5: Manuale diagnostico e statistico dei disturbi mentali* (5. ed). R. Cortina.
- Mamontov, V. D., Kozhevnikova, T. M., & Radyukova, Y. Y. (2014). Collectivism and individualism in modern Russia. *Asian Social Science, 10*(23), 199.

McCain, J. L., & Campbell, W. K. (2018). Narcissism and social media use: A meta-analytic review. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(3), 308.

Montebarocci, O., Codispoti, M., Baldaro, B., Rossi, N., Codispoti, O., & Battacchi, M. W. (2003). Narcisismo: Dalla riflessione teorica agli strumenti di misura. *Giornale italiano di psicologia*, 30(1), 37-68.

Odacı, H., & Çelik, Ç. B. (2013). Who are problematic internet users? An investigation of the correlations between problematic internet use and shyness, loneliness, narcissism, aggression and self-perception. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2382-2387.

Pantic, I., Milanovic, A., Loboda, B., Błachnio, A., Przepiorka, A., Nesic, D., ... & Ristic, S. (2017). Association between physiological oscillations in self-esteem, narcissism and internet addiction: A cross-sectional study. *Psychiatry Research*, 258, 239-243.

Pearson, C., & Hussain, Z. (2017). Smartphone use, addiction, narcissism, and personality: A mixed methods investigation. In *Gaming and technology addiction: Breakthroughs in research and practice* (pp. 212-229). IGI Global.

Reid, A. J., & Thomas, C. N. (2017). A case study in smartphone usage and gratification in the age of narcissism. *International Journal of Technology and Human Interaction (IJTHI)*, 13(2), 40-56.

Seabra, L., Loureiro, M., Pereira, H., Monteiro, S., Marina Afonso, R., & Esgalhado, G. (2017). Relationship between Internet addiction and self-esteem: Cross-cultural study in Portugal and Brazil. *Interacting with computers*, 29(5), 767-778.

Semi, A. A. (2007). *Il narcisismo*. Il mulino.

Sivrikova, N. V., Ptashko, T. G., Perebeynos, A. E., Chernikova, E. G., Gilyazeva, N. V., & Vasilyeva, V. S. (2020). Parental reports on digital devices use in infancy and early childhood. *Education and Information Technologies*, 25(5), 3957-3973.

Skues, J. L., Williams, B., & Wise, L. (2012). The effects of personality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2414-2419.

\*Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2009). *The narcissism epidemic: Living in the age of entitlement*. Simon and Schuster.

- Velichkovsky, B. B., Solovyev, V. D., Bochkarev, V. V., & Ishkineeva, F. F. (2019). Transition to market economy promotes individualistic values: Analysing changes in frequencies of Russian words from 1980 to 2008. *International Journal of Psychology*, 54(1), 23-32.
- Wink, P. (1991). Two Faces of Narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(4), 590-597.
- Wu, J. Y. W., Ko, H. C., & Lane, H. Y. (2016). Personality disorders in female and male college students with internet addiction. *The Journal of nervous and mental disease*, 204(3), 221-225.
- Young, K. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyber Psychology and Behavior*, 3, 237–244.
- Young, K. S. (2004). Internet addiction: A new clinical phenomenon and its consequences. *American behavioral scientist*, 48(4), 402-415.
- Young, K. (2017). The evolution of internet addiction disorder. *Internet addiction*, 3-18.
- Золотарева, А. А. (2020). Валидность и надежность русскоязычной версии шкалы самооценки М. Розенберга. *Вестник Омского университета. Серия «Психология»*, (2), 52-57.
- Сергеева, А. С., Кириллов, Б. А., & Джумагулова, А. Ф. (2016). Перевод и адаптация краткого пятифакторного опросника личности (TIPI-RU): оценка конвергентной валидности, внутренней согласованности и тест-ретестовой надежности. *Экспериментальная психология*, 9(3), 138-154.
- Шамшикова, О. А., & Клепикова, Н. М. (2010). Психометрический анализ и стандартизация зарубежной методики «Нарциссический опросник личности» (R. Raskin, CS Hall, 1979; J. Zimmermann, 1994). *Мир науки, культуры, образования*, (6-1), 169-176.

\* - fonti consultate non direttamente

## SITOGRAFIA

<https://www.oed.com/view/Entry/390063?redirectedFrom=selfie> (data consultazione 06.11.2021)

<https://www.treccani.it/vocabolario/mentalita/> (data consultazione 08.11.2021)

<https://www.statista.com/topics/5865/internet-usage-in-russia/#dossierKeyfigures> (data consultazione 13.11.2021)

<https://www.statista.com/statistics/262966/number-of-internet-users-in-selected-countries/> (data consultazione 13.11.2021)

<https://www.statista.com/statistics/1134029/internet-audiences-in-cee-region/> (data consultazione 13.11.2021)

<https://www.statista.com/statistics/1134642/predicted-internet-user-penetration-rate-in-ukraine/> (data consultazione 13.11.2021)

<https://www.statista.com/statistics/203734/global-smartphone-penetration-per-capita-since-2005/> (data consultazione 23.11.2021)

<https://www.statista.com/topics/779/mobile-internet/> (data consultazione 23.11.2021)