



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione

Corso di Laurea Magistrale in Psicologia di Comunità, della Promozione del Benessere
e del Cambiamento Sociale

Tesi di Laurea Magistrale

RELAZIONI ADOLESCENZIALI E SOCIAL MEDIA: UN'ANALISI QUALITATIVA DELLE DINAMICHE DI AMICIZIA ONLINE E OFFLINE

**Adolescent relationships and social media: a qualitative analysis of online
and offline friendship dynamics**

Relatore

Prof. Gianluca Gini

Correlatrice

Dott.ssa Federica Angelini

Candidato: Andrea Degli Agli

Matricola: 2085718

Anno Accademico 2023/2024

INDICE

INTRODUZIONE	1
CAPITOLO 1.....	3
1.1 Social media e adolescenza	3
1.1.1 La definizione di social media.....	4
1.1.2 Adolescenza.....	7
1.2 Amicizia e social media.....	9
1.2.1 Le qualità dell'amicizia online	10
1.2.2 L'amicizia e gli ambienti digitali.....	15
CAPITOLO 2.....	17
2.1 Transformation Framework.....	17
2.1.1 Le sette caratteristiche chiave dei social media.....	20
CAPITOLO 3.....	26
3.1 Introduzione allo Studio	26
3.2 Obiettivi e domande di ricerca	27
3.3 Metodo.....	28
3.3.1 I partecipanti	28
3.3.2 Strumenti	29
3.3.3 Procedura.....	33
3.4 Risultati.....	34
3.4.1 Analisi delle interviste	34
3.5 Discussione.....	48

CONCLUSIONI	51
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA.....	53
APPENDICE.....	68

INTRODUZIONE

Negli ultimi anni, l'uso dei social media è diventato parte integrante della vita quotidiana degli adolescenti, influenzando profondamente le loro relazioni interpersonali. Secondi recenti studi, i giovani trascorrono gran parte del loro tempo online, utilizzando diverse piattaforme per comunicare con amici e coetanei. Con i social media che giocano un ruolo così cruciale nello sviluppo sociale degli adolescenti, risulta essenziale comprendere in che modo queste piattaforme influenzino le dinamiche di amicizia e le interazioni sociali in generale (Lenhart, 2015; Nesi et al., 2018).

Il termine “nativi digitali”, coniato da Prensky (2001), descrive gli individui cresciuti in un mondo dominato dalla tecnologia, per i quali l'uso di dispositivi digitali e piattaforme online è naturale come parlare una lingua madre. Gli adolescenti, in quanto nativi digitali, gestiscono relazioni e comunicazioni attraverso canali digitali con grande facilità. Tuttavia, l'impatto di tali tecnologie sulle relazioni amicali e il loro confronto con le interazioni offline merita una più approfondita analisi.

Questa tesi si propone di esplorare il modo in cui gli adolescenti vivono e percepiscono le loro relazioni amicali nei contesti online e offline, con un focus particolare sulle dinamiche che emergono nei due ambienti. Sebbene gli studi quantitativi abbiano già analizzato gli effetti dell'uso dei social media sulla vita sociale degli adolescenti, è necessario approfondire le percezioni soggettive e le esperienze personali per comprendere come queste relazioni si sviluppino e si mantengano in un contesto digitale.

Gli obiettivi principali della ricerca sono due: analizzare le qualità che caratterizzano maggiormente l'amicizia, prestando attenzione al ruolo giocato dalle

caratteristiche uniche dei social media, ed esplorare le differenze nelle dinamiche di amicizia nei contesti online e offline.

Il presente studio utilizza un approccio qualitativo, basato su interviste semi-strutturate con 45 adolescenti di età compresa tra i 14 e i 18 anni, al fine di raccogliere un'ampia gamma di esperienze personali e soggettive. Questo approccio consente di indagare più a fondo le sfumature delle relazioni interpersonali digitali, offrendo un quadro dettagliato delle dinamiche relazionali che si sviluppano nei diversi contesti.

La tesi è articolata in quattro capitoli. Nel primo capitolo verrà presentata una rassegna della letteratura esistente sulle relazioni adolescenziali e l'uso dei social media, volta ad offrire una panoramica delle principali teorie e ricerche in materia. Il secondo capitolo descriverà il *Transformation Framework*, un modello che aiuta a comprendere l'evoluzione delle interazioni digitali. Il terzo capitolo illustrerà il metodo di ricerca utilizzato e i risultati emersi dalle interviste. Infine, il quarto capitolo presenterà una discussione dei risultati, ne analizzerà i limiti e offrirà suggerimenti per futuri interventi e ricerche.

CAPITOLO 1

1.1 Social media e adolescenza

Con i giovani che trascorrono circa nove ore al giorno connessi ai media e scambiano quotidianamente tra i 20 e 80 messaggi di testo, i social media sono diventati una componente essenziale della vita sociale degli adolescenti (Lenhart, 2015a). Per comprendere a fondo le applicazioni delle interazioni tra pari in questa fase della vita, è necessario tenere in considerazione l'importanza del ruolo che i social media svolgono nello sviluppo degli adolescenti (Nesi et al., 2018).

Prensky (2001) utilizza il termine 'nativo digitale' per riferirsi agli individui che impiegano il linguaggio digitale dei computer, cellulari e internet come se fosse la loro lingua madre. Rappresenta i nativi digitali come coloro che crescono con la tecnologia, sono a loro agio nel *multitasking*, utilizzano la grafica come mezzo di comunicazione e trovano successo grazie alla gratificazione immediata e ai riconoscimenti costanti. I nativi digitali sono abituati a ricevere informazioni nel minor tempo possibile, sono inclini a gestire diversi processi in parallelo e a impegnarsi in attività multiple, con una preferenza per le immagini piuttosto che per il testo. Prediligono, inoltre, l'accesso casuale alle informazioni e lavorano meglio quando sono online (Prensky, 2001).

Una delle principali funzioni dei social media è permettere il mantenimento delle relazioni interpersonali, in particolare tra adolescenti e adulti, i quali ne fanno un uso quotidiano per comunicare tra coetanei, in particolare con amici (Moreno & Uhls, 2019; Notley, 2009). Ad oggi, gli studi sulla comunicazione si sono focalizzati principalmente sui suoi effetti sul benessere sociale, cercando di determinare se le interazioni digitali influiscano negativamente o arricchiscano le relazioni sociali dei giovani. Non è stata

posta particolare attenzione al fatto che alcuni possono trarre vantaggio dalle interazioni online rispetto ad altri a causa di caratteristiche individuali e contestuali (Nesi et al., 2022).

Negli ultimi dieci anni, gli studi sull'adolescenza hanno mostrato un crescente interesse nel comprendere il ruolo dei social media nelle esperienze dei giovanili (Uhls et al., 2017), comprese le relazioni di amicizia (Pouwels et al., 2021). La maggioranza degli adolescenti è coinvolta in attività online in modo frequente, interagendo e comunicando ogni giorno con i loro coetanei attraverso le varie piattaforme di social media (Odgers & Jense, 2020). Dato che sviluppare relazioni con i coetanei è uno degli obiettivi principali durante l'adolescenza, è comprensibile che la natura interattiva dei social media attiri i giovani, fornendo loro uno strumento online per connettersi con i pari e sentirsi parte di una comunità (Moreno & Uhls, 2019).

1.1.1 La definizione di social media

Kaplan e Haenlein, nel 2010, forniscono una definizione tecnica dei social media, descrivendoli come un insieme di applicazioni online basate sui principi ideologici e tecnologici del Web 2.0, che permettono agli utenti di creare e condividere contenuti generati autonomamente.

Wolf et al., nel 2018, rielaborando questa definizione, notano che è adatta per definire la parte 'media' della generazione di contenuti delle tecnologie basate su internet. Tuttavia, fanno presente che la parte "social" della definizione viene solo menzionata in maniera implicita attraverso il 'Web 2.0' e ai 'contenuti generati dagli utenti'.

Il termine "social media" non ha una definizione univoca nelle varie discipline e approcci. In passato si utilizzavano espressioni come 'online', 'virtuale', 'media digitali',

‘tecnologie digitali’ o ‘dispositivi’ per descrivere concetti affini (Prinstein & Giletta, 2020), ma questo termine, comparso per la prima volta nel 1994, ha portato il numero di piattaforme social e il numero di utenti ad aumentare rapidamente, trasformando i social media in uno dei principali servizi disponibili su internet (Aichener et al., 2021).

I social media sono stati definiti come siti web che permettono la creazione di profili e la visibilità delle relazioni tra utenti (Boynd & Ellison, 2008): applicazioni che forniscono funzionalità per la condivisione, relazioni, gruppi, conversazioni e profili (Kietzmann et al., 2011). I social media sono stati definiti anche come ‘siti di social media’ (Diga & Kelleher, 2009), o come un insieme di tecnologie informatiche che semplificano il *networking* (Kapoor et al., 2017; Oestreicher – Singer & Zalmanson, 2013). Tuttavia, una definizione sostenuta dalla maggior parte degli studiosi si riferisce ai social media come qualsiasi strumento o piattaforma digitale, comprendendo sia siti di *social networking* (ad es. *Instagram, Tik Tok, Snapchat e Facebook*) che le applicazioni di messaggistica istantanea (ad es. *Whatsapp, Telegram*) che permettono agli utenti di interagire tra di loro e di condividere contenuti online. I contenuti dei social media possono consistere in messaggi di testo, didascalie, foto, video o audio condivisi con gli utenti (Carr & Hayes, 2015; Ellison & Boyd, 2013).

Queste definizioni, che evidenziano l’aspetto ‘sociale’ dei social media, pongono l’accento sulla comunicazione interpersonale e sullo scambio di informazioni, a prescindere dalle piattaforme tecnologiche utilizzate. Uno dei modi per identificare i ‘social media’ consiste nel descrivere le funzionalità di una determinata piattaforma o applicazione in termini di proprietà essenzialmente ‘sociali’ (Wolf et al., 2018).

Kietzmann et al. (2011) identificano sette elementi funzionali dei social media che possono essere trovati, in varia misura, in ogni applicazione di social media. Questi

elementi possono essere sostituiti o potenziati mediante l'integrazione di diverse applicazioni.

Identity si riferisce alla rappresentazione dell'utente nel contesto virtuale. Può essere dettagliata e personale, come un profilo su *Facebook* che include informazioni come la data di nascita, gli hobby e le relazioni familiari, oppure può essere più generica, come un soprannome inventato.

Conversation consente agli utenti di interagire tra di loro sia in modalità broadcast che in dialogo, permettendo comunicazioni sincrone in tempo reale o asincrone, caratterizzate da un intervallo di tempo tra le risposte.

Sharing riguarda le attività in cui i contenuti esistenti vengono diffusi (e migliorati) attraverso il *social graph*. In questo contesto, le connessioni sociali potrebbero non essere evidenti; ad esempio, condividere un post pubblicamente su *Facebook* o *Twitter* non richiede necessariamente relazioni preesistenti. Al contrario, su *Twitter* la condivisione avviene frequentemente prima di stabilire connessioni, come evidenziato dal concetto di '*following*'.

Presence permette agli utenti di sapere dove si trovano gli altri membri della comunità (online/offline).

Relationship consente ai membri delle comunità di visualizzare le loro reti in vari modi, dai '*like*' e '*followers-followed*' alla rappresentazione virtuale delle relazioni della vita reale. Queste rappresentazioni del *social graph* possono essere unidirezionali o bidirezionali e consentono di stabilire legami sia forti che deboli. Ad esempio, su *Twitter* il "*following*" non è necessariamente reciproco, mentre su *Facebook* una connessione richiede l'accettazione da parte di entrambe le parti e la possibilità di condividere informazioni sulla relazione, come l'essere amici o conoscenti.

Groups si riferisce ai gruppi di appartenenza, nei quali gli utenti possono manifestare il loro interesse o affiliazione a un particolare argomento, oltre a utilizzare tali gruppi per gestire le proprie relazioni.

Reputation consente agli utenti di valutare contenuti condivisi da altri membri e di stabilire diversi livelli di fiducia all'interno della comunità. Questi livelli possono essere espressi in modo esplicito, ad esempio tramite un sistema di punteggio o classificazione, oppure rimanere impliciti.

Molte piattaforme consentono agli utenti di integrare altre applicazioni, migliorando o talvolta compromettendo le funzionalità del sistema. Quando due o più piattaforme vengono collegate, i blocchi funzionali o le *affordances* possono essere potenziati, ma possono esserci anche dei rischi. Ad esempio, con l'integrazione tra *Twitter* e *Facebook*, un 'tweet' può essere visualizzato nel *feed* personale di *Facebook*, rendendo un account Twitter relativamente anonimo molto più identificabile su *Facebook*. Al contrario, un post pubblicato su *Facebook*, inizialmente limitato a quella piattaforma, potrebbe raggiungere un pubblico più ampio e non previsto se condiviso automaticamente anche su *Twitter* (Wolf et al., 2018).

1.1.2 Adolescenza

“Gli adolescenti che attualmente crescono in tutto il mondo fanno parte di una generazione unica. Sono maturati in una società sempre più digitalizzata in cui l'uso di schermi digitali è intensivo e pervasivo” (Orben, 2020, p.407). Negli ultimi anni i social media sono diventati un mezzo ed un contesto di primaria importanza nello sviluppo adolescenziale, integrandosi sempre di più nella vita quotidiana dei ragazzi e nelle loro

relazioni, fino ad arrivare a non essere più definibili come qualcosa di ‘utile’, bensì di ‘indispensabile’ (Michikyan & Subrahmanyam, 2012).

Il seguente elaborato si concentra in maniera specifica sull’adolescenza ed è stato scelto questo target perché l’evoluzione dei social media, nell’ultimo decennio, ha offerto agli adolescenti numerosi vantaggi, tra cui l’accesso alle informazioni, supporto sociale e strumenti di comunicazione a lunga portata (Moreno & Uhls, 2019). Erikson (1968), storicamente spiega che questa fase, l’adolescenza, è focalizzata su lotta tra identità e confusione identitaria. Per sviluppare la nostra identità, è necessaria un’interpretazione personale del contesto, insieme ad altri fattori mediatori che favoriscano una formazione equilibrata dell’identità (Kroger, 2000). Steinberg (2008) sostiene che lo sviluppo del cervello durante l’adolescenza avviene attraverso strategie, tra cui il processo decisionale, le risposte emotive e sociali e l’esplorazione dell’identità. Questo periodo di crescita è spesso segnato da decisioni non ottimali e comportamenti a rischio (Eaton et al., 2006). I social media hanno il potere di influenzare le capacità decisionali di un adolescente. Ciò può avere un impatto particolare sui comportamenti rischiosi per la salute (Halpern-Felsher, Baker e Stitzel, 2016). Secondo l’ultimo rapporto Eu Kids Online (Smahel et al., 2020) la maggior parte degli adolescenti italiani preferisce utilizzare lo smartphone per accedere alle attività online in qualsiasi momento della giornata. L’uso dei social media risulta particolarmente elevato tra i ragazzi di età compresa tra 15 -16 anni. L’adolescenza rappresenta un argomento di grande interesse e studio, poiché costituisce una fase di transizione cruciale tra infanzia e età adulta, caratterizzata da cambiamenti fisici e psicologici. Secondo l’Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), un adolescente è una persona tra i 10 e i 19 anni, periodo durante il quale si verifica un processo di maturazione sia oggettiva che soggettiva. Questa fase è

contraddistinta da trasformazioni biologiche fisiche, nonché dal crescente desiderio di autonomia e indipendenza, dalla ricerca dell'identità personale e dall'importanza delle relazioni sociali e dello sviluppo delle competenze sociali (Eleuteri et al.,2017).

1.2 Amicizia e social media

L'amicizia si può descrivere come una relazione reciproca, affettuosa e diadica tra coetanei. A differenza di altre relazioni intime, come quelle con genitori o fratelli, caratterizzate da una differenza di età e quindi considerata 'relazioni verticali', i legami tra amici durante l'infanzia e l'adolescenza sono considerate 'relazioni orizzontali'. Questo perché gli amici si trovano su un piano di sviluppo simile e vivono in una condizione di uguaglianza (Bagwell & Schimidt, 2013; Bukowski et al., 2009).

È ampiamente accettato che il senso di connessione sociale rappresenti il fondamento per lo sviluppo di legami interpersonali e duraturi. (Baumeister & Leary, 1995; Maslow, 1943). Baumeister e Leary (1995) sostengono che gli esseri umani possiedono un impulso psicologico che li spinge a cercare l'appartenenza a gruppi e a partecipare a interazioni sociali significative. Secondo gli autori "l'appartenenza può essere un bisogno quasi impellente quanto il cibo e che la cultura umana è significativamente condizionata dalla pressione a fornire appartenenza" (p.498). L'amicizia può essere descritta come una relazione tra due persone, caratterizzata da reciprocità, affetto e parità, secondo quanto affermato da Bukowski e colleghi nel 2009. Durante l'adolescenza, le amicizie assumono un ruolo fondamentale nell'offrire intimità, poiché i giovani cercano di acquisire maggiore indipendenza dai genitori e fanno sempre più affidamento sui loro amici (Buhrmester 1996). Durante l'adolescenza, i giovani passano circa un terzo delle loro tempo con gli amici (Hurtup e Stevens, 1997), sia a

scuola che nelle case degli altri (Crockett et al., 1984). Le amicizie giocano un ruolo cruciale nel favorire il benessere emotivo (Gifford-Smith e Brownell, 2003) e possono mitigare gli effetti negativi di famiglie emotivamente non supportanti (Gauze et al., 1996), della vittimizzazione da parte dei coetanei (Hodges et al., 1997) e delle difficoltà legate ai cambiamenti scolastici (Berndt et al., 1999). Le amicizie adolescenziali sono incentrate sulla lealtà, intimità e impegno (Burhmester e Chow 2009; Hartup 1993; Smatanea e Villalobos 2009). Quindi, la relazione tra pari si distingue per il tempo trascorso insieme, il divertimento condiviso, il supporto sociale ed emotivo reciproco, oltre alla confidenza di aspetti personali. Gli studi tradizionali sull'amicizia in questa fase della vita si sono frequentemente focalizzati sulla qualità di tali legami (Yau & Reich, 2018) e hanno individuato le componenti chiave che contribuiscono a definire la qualità dell'amicizia e a distinguere l'amicizia da altre relazioni tra pari (ad esempio i conoscenti).

1.2.1 Le qualità dell'amicizia online

Yau e Reich, nel 2018, hanno osservato che alcuni studi hanno evidenziato qualità dell'amicizia che le distinguono da altre relazioni. Le sei qualità identificate da Parker e Asher (1993) sono: *self-disclosure or intimacy* (comunicare informazioni personali e sentimenti all'altro; Burhmestere Prager 1995), *validation* (prendersi cura dell'altro e farsi sentire speciali a vicenda dimostrando interesse e supporto; Sullivan 1953, Parker e Asher 1993), *companionship* (desiderio di trascorrere il tempo insieme, divertirsi e rilassarsi; Parker e Asher 1993), *instrumental support* (garantire aiuto e protezione; Berndt 1985, 1989), *conflict* (avere discussioni o infastidirsi a vicenda; Berndt 1989; Bukowski et al. 2009, 1991; Fehr 1996; Ladd e Kochenderfer 1996), *conflict resolution*

(essere in grado di risolvere scontri; Berndt 1989; Bukowski et al. 2009, 1991; Fehr 1996; Ladd e Kochenderfer 1996).

Self-disclosure or intimacy

M, 14: *“Reputo una persona mia amica quando vedo che è sempre presente e disponibile, quando so di potergli dire tutto senza preoccuparmi di un giudizio o che vada a raccontare le mie confidenze ad altri. È un rapporto che si vive senza preoccupazioni o paure.”¹*

La *self-disclosure* permette alle persone di esprimere sentimenti repressi e ottenere sostegno sociale dagli altri (Burhmester e Prager, 1995), facilitando lo sviluppo dell'intimità delle relazioni tra pari (Radmacher e Azmita, 2006). La condivisione tra amici differisce qualitativamente da quella tra conoscenti, in quanto questa presenta una condivisione più dettagliata e profonda (Planalp e Benson, 1992). La *self-disclosure* aiuta a chiarire il sé, consentendo agli individui di esplorare la propria identità e i propri valori, offrendo rassicurazione nel sapere che altri condividono esperienze e pensieri simili (Burhmester e Prager, 1995).

Validation

F, 18: *“Nell'amicizia ci deve essere rispetto e a mio parere, è un aspetto molto importante. Inoltre, può sembrare un po' brutto da dire, ma in amicizia non si può solo dare, bisogna avere anche qualcosa indietro. Non si può solamente dare, dare, dare senza mai avere nulla indietro dall'altra persona. In fondo chi vorrebbe un amico a cui tu dai tutto ma*

¹ Esempio tratto dalle interviste condotte nell'ambito della ricerca presentata in questo elaborato.

che in cambio non ti dà niente indietro. Non dico cose fisiche. Se uno ha un certo atteggiamento è brutto che dall'altra parte non ci sia lo stesso.”

Quando avviene una dichiarazione pubblica dell'importanza dell'amicizia, si parla di *validation* (Yau e Reich, 2018). Un modo per convalidare l'amicizia, attraverso i social è l'utilizzo di un linguaggio affettuoso come 'Mi sei mancato', 'Ti voglio tanto bene' e l'uso dei cuori (Brandes e Levin 2014; De Ridder e Van Bauwel 2013); si scambiano complimenti, descritti come 'affettuosi' (Brandes e Levin 2014, p.715); e complimenti come 'sei bellissima' e chi riceve questi complimenti li apprezza e li percepisce come senso di 'cura' e 'supporto' (Livingstone, 2008).

Tra i gesti di affetto abbiamo anche il 'mi piace' ai post degli amici pubblicati sui social media (Brandes e Levin 2014; Livingstone 2008; Yau e Reich 2018). Hong et al. (2017) paragonano il 'mi piace' online al dare i regali offline.

Da uno studio fatto da Parker e Asher nel 1993, emerge che tra le ragazze la *validation* è più comune e notano come questo si riflette anche nel contesto online. Tuttavia, i ragazzi utilizzano anche loro un linguaggio affettuoso e ciò è stato dimostrato in diversi studi (Brandes e Levin 2014; De Ridder e Van Bauwel 2013).

Companionship

M, 16: *“Secondo me nella vita divertirsi è una dei motivi principali e quindi, avendo degli amici ovviamente ci si diverte di più. Io spesso cerco di organizzarmi con i miei amici per uscire, per stare insieme, perché, secondo me, sono questi i momenti più belli della vita. E l'amicizia è... come dire... è tutto perché mi aiuta ad essere felice.”*

Anche la *companionship* rientra tra le qualità dell'amicizia. Sono state svolte delle ricerche sull'amicizia online e offline ed entrambe indicano che le interazioni che si hanno tra amici sono rilassanti e divertenti (Planalp e Benson, 1992; Yau e Reich, 2018). Tra le esperienze piacevoli condivise troviamo lo scambio di video divertenti (Davis, 2012), 'curiosare' insieme nei profili online di altre persone (Jones et al., 2011; Niland et al., 2015), condividere immagini o commenti attraverso la messagistica (Jones et al., 2011) e giocare ai videogiochi (Ferguson e Olson 2013).

Tuttavia, le interazioni tra individui possono essere limitate sotto alcuni aspetti, come l'impossibilità di cogliere le espressioni facciali reciproche durante la messaggistica istantanea. Per ovviare alla mancanza di segnali non verbali, gli utenti ricorrono a emoticon (es. ;D), risate scritte (es. *LOL*), lettere ripetute (es. Siiiiii!) e maiuscole (es. PUOI FARCELA!) per trasmettere affetto (Yau e Reich, 2018; Sherman et al., 2013; Yang et al., 2013).

Instrumental Support

M, 15: *“Una persona che quando ti serve una mano te la dà sempre, che quando ti serve un aiuto c'è e quando sei giù ti tira su il morale.”*

Yau e Reich nel 2018 evidenziano che alcuni studi pubblicati tra il 2002 e il 2015 dimostrano che gli adolescenti utilizzano la comunicazione, attraverso la tecnologia, per cercare supporto in diversi modi. Attraverso *Facebook* e la sua messagistica, chiedevano aiuto per discutere di compiti (Grinter e Palen, 2002; Kahn et al., 2014) e *Snapchat* per chiedere dei consigli riguardanti lo shopping (Bayer et al., 2015). Gli adolescenti hanno riferito di essere maggiormente inclini a difendere e supportare le vittime di

cyberbullismo negli spazi digitali quando erano amici della vittima o avevano un rapporto positivo con essa (De Smet et al., 2014; Macháčková et al., 2013). Per quanto riguarda questa qualità dell'amicizia, sono necessari più studi; solo pochi di essi hanno confrontato l'*instrumental support* che gli adolescenti hanno nei confronti degli amici rispetto a quello dei conoscenti (De Smet et al., 2014; Macháčková et al., 2013).

Conflict

F, 14: *“Beh ricevo molto amore e di questo sono contenta. A volte mi fanno anche arrabbiare ma ci sta, anche le discussioni servono. divertimento e giocare soprattutto”*

Nella letteratura sulle amicizie offline, le principali cause di conflitto sono spesso attribuite a forme di mancanza di rispetto pubblico, come il tradimento o l'essere ignorati in situazioni sociali, manifestandosi attraverso la mancanza di vicinanza emotiva o incapacità di offrire supporto concreto (Shulman e Laursen 2022; Youniss e Smollar 1985). Yau e Reich, nel 2018, dimostrano che anche i conflitti online sembrano essere frequentemente attribuiti a queste cause, ed è stato dimostrato con alcuni studi condotti tra il 2010 e il 2016.

Come nelle amicizie offline, l'esclusione da eventi o essere messi in secondo piano rispetto ad altri amici può provocare sentimenti di gelosia o isolamento. Inoltre, l'inaffidabilità può generare tensioni, ad esempio se non si risponde in maniera tempestiva a un messaggio (Reuda et al. 2015; Weinstein e Selman 2016). Successivamente, questo problema è stato complicato dall'uso di app di messagistica (es. *WhatsApp* e *Facebook Messenger*), che notificano al mittente quando il messaggio è stato visualizzato (Van Ouytsel et al., 2016).

Conflict Resolution

F, 18: “*La condivisione, anche il fatto che siamo sulla “stessa onda” di pensiero su tante cose, sull’ironia, sulla visione di determinate cose e anche la capacità dove non c’è la stessa visione di trovare un punto di incontro che non è detto che uno riesce a trovare sempre con tutti però con quelle persone so che ne esco da una situazione anche di dibattito, conflitto...*”

La risoluzione dei conflitti risulta la qualità dell’amicizia meno esplorata tra il 2008 e il 2011 (McLaughlin e Vitak, 2011; Subrahmanyam et al., 2008). Nello studio condotto da Subrahmanyam et al., nel 2008, alcuni studenti hanno riferito che discutere delle problematiche relazionali sui social media risulta più semplice rispetto al farlo in chiamata o faccia a faccia. Per ovviare alla mancanza di segnali non verbali nella comunicazioni digitali, gli adolescenti ricorrono frequentemente alle emoticon, che possono alterare l’intensità emotiva e il senso del messaggio (Deks et al., 2008).

1.2.2 L’amicizia e gli ambienti digitali

Gli adolescenti fanno ampio uso di spazi digitali e dispositivi online per mantenere i contatti con il loro amici del mondo reale (Lenhart, 2015b). Un sondaggio rappresentativo ha rivelato che il 92% degli adolescenti naviga online quotidianamente, l’89% è iscritto ad almeno un sito di social network e l’88% è in possesso di un cellulare e computer (Lenhart, 2015b), facilitando così una comunicazione digitale continua.

In aggiunta ai messaggi diretti, gli adolescenti si connettono attraverso varie piattaforme di social network, tra cui *Facebook* e *Instagram*, e app che messaggistica e condivisione di immagini, come *Snapchat*, utilizzando frequentemente più piattaforme

contemporaneamente (Lenhart, 2015b). Sebbene le piattaforme di messaggistica, come gli SMS, permettano comunicazioni dirette, i social media offrono molteplici modalità di interazione, consentendo agli utenti di condividere informazioni con tutta la loro rete, commentare i profili degli amici e inviare messaggi privati (Boyd & Ellison, 2007).

Come osservato da Amichai-Hamburger e colleghi (2013), la definizione di ‘amicizia’ negli spazi digitali è complessa. Infatti, il termine ‘amico’ viene frequentemente usato in modo molto più ampio nelle ricerche online rispetto a quelle offline. Nelle ricerche offline, una relazione è considerata amicizia solo se entrambi i membri la riconoscono come tale (Gifford-Smith e Brownell, 2003).

Negli studi online, è meno comune intervistare entrambi gli individui prima di confermare un’amicizia. Inoltre, anche i conoscenti possono essere inclusi, dato che piattaforme come *Facebook* usano il termine “amico” per designare semplicemente una connessione (Lewis e West, 2009). Le ricerche offline tendono a distinguere tra diversi gradi di intimità tra amici. Ad esempio, quando si chiedeva di riflettere sulle caratteristiche di un’amicizia, i partecipanti venivano spesso invitati a considerare una figura specifica, come il migliore amico (Bigelow & La Gaipa 1975; Sharabany et al., 1981), un approccio meno comune negli studi online. In un sondaggio nazionale, il 57% degli adolescenti ha dichiarato di aver stretto almeno un’amicizia online, spesso attraverso videogiochi e social network, ma meno della metà di queste amicizie è realmente passata offline (Lenhart, 2015b). Le amicizie esclusivamente online potrebbero presentare caratteristiche diverse rispetto a quelle esclusivamente offline o a quelle che coinvolgono entrambe le modalità (Yau & Reich, 2017).

CAPITOLO 2

2.1 Transformation Framework

Numerosi studi, negli ultimi dieci anni, hanno evidenziato l'importante influenza delle relazioni tra pari, delle amicizie e dello status sociale sullo sviluppo e sul benessere degli adolescenti (Choukas-Bradley e Prinstein, 2014; Rubin et al., 2015; Steinberg e Morris, 2001). Rispetto ai bambini, gli adolescenti trascorrono molto più tempo con i loro coetanei, sono maggiormente esposti a situazioni di stress derivanti da queste interazioni e tendono a manifestare una maggiore sensibilità emotiva in risposta a tali pressioni (Brown e Larson, 2009; Rudolph, 2014).

Per comprendere a meglio il ruolo dei social media nelle esperienze tra pari degli adolescenti, Nesi et al., nel 2018, introducono un nuovo modello. Attraverso il *Transformation Framework* cercano di integrare concettualizzazioni riguardanti i social media provenienti da diverse discipline, evidenziando così sette caratteristiche uniche nell'ambiente dei social media con particolare interesse per le esperienze tra pari degli adolescenti.

Nesi et al (2018a), per introdurre questo modello si sono basati su teorie che sostengono che le caratteristiche uniche dei social media creano un contesto sociale distinto (McFarland e Ployhart, 2015; Subrahmanyam e Smahel, 2011). È importante far presente, però, che teorie precedenti sulle esperienze tra pari degli adolescenti nell'era dei social media, sia in modo esplicito sia in modo implicito, si sono basate su un modello chiamato '*Mirroring Framework*'. Questo modello propone che le esperienze degli adolescenti sui social media riflettono semplicemente quelle che vivono offline. Da questa prospettiva, i comportamenti e le interazioni tra pari nel contesto online sarebbero

sostanzialmente identici a quelli offline, solo adattati a un nuovo ambiente. Pertanto, per comprendere l'uso dei social media tra gli adolescenti, si potrebbe fare riferimento alle teorie e ai costrutti esistenti sulle relazioni tra pari, aspettandosi predittori e risultati simili sia nelle esperienze online che offline. Effettivamente, ci si attenderebbe una continuità tra i due contesti (Mikami e Szewo, 2011; Nesi et al., 2018a).

È possibile che gli adolescenti affrontino questioni e difficoltà simili a quelle che incontrano nella vita offline anche in contesti online che pian piano si costruiscono (Subrahmanyam e Smahel, 2011; Subrahmanyam et al., 2006). Ad esempio, adolescenti che sono popolari offline tendono ad essere popolari anche online (Zuwica e Danowski, 2008), mentre coloro che subiscono atti di vittimizzazione da parte dei coetanei offline hanno probabilità di sperimentare dinamiche simili anche nel contesto virtuale (Olweus, 2012). Il *Mirroring Framework*, che rappresenta la visione delle esperienze tra adolescenti sui social media, trascura in modo significativo le differenze tra contesto online e offline, il che potrebbe ostacolare ulteriori approfondimenti (Nesi et al., 2018a).

Nesi et al (2018a) riconoscono che uno dei principali limiti di questo approccio è la mancata considerazione dell'influenza del contesto nel modellare comportamenti, credenze ed emozioni, oltre a ignorare il potenziale trasformativo dei social media come ambiente interpersonale nelle relazioni tra adolescenti. Il *Mirroring Framework* rappresenta una svolta dai precedenti studi, evidenziando che il contesto dei social media trasforma le esperienze tra pari degli adolescenti. Il Merriam-Webster dà una definizione ampia di trasformazione: "cambiare nella composizione o nella struttura, cambiare forma esterna o l'aspetto, o cambiare nel carattere o nella condizione; convertire" (Transform, 2018 - <https://www.merriam-webster.com/dictionary/transform>), suggerendo come la

trasformazione delle esperienze tra pari, nei social media, possa assumere diverse forme (Nesi et al. 2018a).

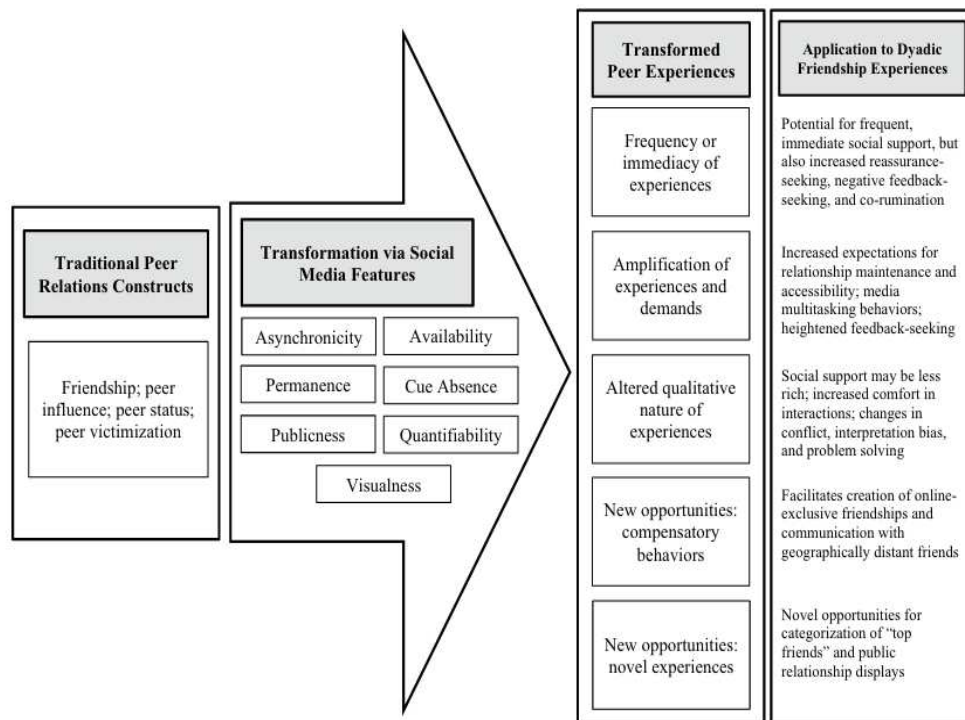


Figura 1. Il Transformation Framework: un modello per comprendere la trasformazione delle esperienze tra pari nel contesto dei social media, con esempi di trasformazione nel dominio delle esperienze di amicizia diadica²

Il Transformation Framework presenta un modello per analizzare il ruolo trasformativo dei social media nelle relazioni tra pari durante l'adolescenza (Fig. 1). Nesi et al (2018a), basandosi su ricerche interdisciplinari, identificano sette caratteristiche

² Nesi, J., Choukas-Bradley, S., & Prinstein, M. J. (2018a). 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>

chiave dei social media che li distinguono dagli ambienti tradizionali interpersonali, con attenzione a quelle che possono influire sulle interazioni tra adolescenti (*asynchronicity, permanence, publicness, availability, cue absence, quantifiability e visualness*). Queste sette caratteristiche, identificate da Nesi et al. (2018a), combinate agli studi di McFarland e Ployhrt (2015) e Subrahmanyam et al. (2006), creano un contesto interpersonale unico. Questo contesto, nei social media, è caratterizzato da elementi che li differenziano dai tradizionali ambienti interpersonali degli adolescenti (Nesi et al., 2018a).

2.1.1 Le sette caratteristiche chiave dei social media

Le caratteristiche descritte da Nesi et al., nel 2018, non definiscono i ‘social media’ ma sono un quadro utile per l’impatto che i social media hanno sulle relazioni tra pari negli adolescenti. Ciascuna funzionalità varia tra i diversi social media (es. *Facebook, Snapchat, Instagram*) e le loro varie potenziali funzionalità (es. pubblicazione di una foto o invio di un messaggio in privato). Nesi et al. (2018a), ci guidano nella considerazione di tali caratteristiche su un continuum per un dato strumento di social media. Ogni strumento potrebbe presentare livelli elevati di alcune di queste caratteristiche, mentre per altre potrebbe avere livelli più bassi.

Asynchronicity

“Intervallo di tempo tra gli aspetti della comunicazione” (Nesi et al., 2018a, p.275)

L’asynchronicity, ossia il tempo che intercorre tra le varie fasi di una conversazione, è stata riconosciuta come un elemento chiave negli approcci ‘cues-

filtered-out alla comunicazione mediata dai media (Culnan e Markus, 1987). Questo concetto viene frequentemente messo in risalto nella letteratura riguardante la psicologia e gli effetti dei media (McFarland e Ployhart, 2015; Valkenburg e Peter, 2011). Berger, nel 2013, mette in evidenza *l'asynchronicity* intrinseca alla comunicazione scritta (più comune nei social media) per descrivere come la comunicazione online si differenzi rispetto alla comunicazione faccia a faccia. Il tempo che intercorre tra le parti di una conversazione varia a seconda degli strumenti dei social media (Nesi et al., 2018a). Anche se in studi precedenti la chat e la messaggistica istantanea venivano classificate come strumenti di comunicazione 'sincroni', Münzer e Borg (2008) evidenziano che vi è comunque un certo livello di *asynchronicity*, poiché il feedback interpersonale non può essere trasmesso in maniera istantanea durante la scrittura del testo del messaggio. *L'asynchronicity* permette agli adolescenti di gestire più conversazioni simultaneamente e di curare attentamente la propria immagine attraverso messaggi e foto, scegliendo con precisione come presentarsi (Nesi et al., 2018a).

Permanence

"Accessibilità permanente dei contenuti condivisi tramite social media" (Nesi et al., 2018a, p.275)

McFarland e Ployhart, nel 2015, definiscono la *permanence* come il grado in cui i contenuti o i messaggi rimangono accessibili dopo una prima interazione o pubblicazione. Questa caratteristica è strettamente associata alla *'persistence'*, cioè la registrazione e l'archiviazione automatica di quanto viene condiviso online (boyd, 2010). Il grado di *permanence* del contenuto, in alcune forme di social media, è noto agli

adolescenti prima di pubblicarlo. In altri casi, la percezione sulla *permanence* da parte dell'utente può non essere immediata. Un esempio è la pubblicazione delle foto su *Snapchat*, dove il contenuto sembra “scompare” poco dopo l'invio ma può essere facilmente catturato e salvato da altri tramite *screenshot* o fotografie (Nesi et al. 2018a). L'accessibilità permanente dei contenuti consente la ricerca (*Searchability*; boyd 2010), il recupero (*Retrievability*; Peter e Valkenburg 2013) e la replicazione di tale contenuti (*Replicability*; boyd, 2010) e allo stesso modo permette di rivedere i contenuti già condivisi (*Reprocessability*; Dennis et al., 2008) e di verificare le informazioni (*Verifiability*; McFarland e Ployhart, 2015).

Publicness

“*Accessibilità delle informazioni da parte di un vasto pubblico*” (Nesi et al., 2018a, p.275)

Molte teorie hanno cercato di descrivere come i social media permettano di comunicare con gruppi numerosi di persone contemporaneamente (Nesi et al., 2018a). Interdipendenza è il termine che utilizzano McFarland e Ployhart, nel 2015, per descrivere questo fenomeno, mentre altri studiosi lo definiscono come il potenziale per un pubblico più ampio (Berger 2013) o invisibile (Boyd 2007). Nesi et al. (2018a) utilizzano il termine ‘*publicness*’ per evidenziare il modo in cui gli adolescenti fanno uso dei social media per comunicare con un pubblico ampio composto da coetanei, adulti ed estranei, cosa che non farebbero in ugual misura offline.

Availability

“Facilità con cui i contenuti possono essere accessibili e condivisi, indipendentemente dalla posizione fisica” (Nesi et al., 2018a, p.275)

Availability include la facilità in cui ci si può unire a una rete (McFarland e Ployhart 2015, Valkenburg e Peter, 2011). Per rendere più chiaro il concetto, prendiamo come esempio l'utilizzo del telefono e l'invio del messaggio rispetto all'andare fisicamente a casa di un amico per parlare oppure l'invio di un messaggio a uno sconosciuto, esso risulta più facile rispetto all'incontrare qualcuno a una festa (Nesi et al. 2018a). Durante l'adolescenza, le interazioni con i coetanei diventano sempre più frequenti e desiderate e questo rende il tutto più attraente agli occhi degli adolescenti (Hartup 1996).

La posizione fisica rientra nella concettualizzazione dell'*availability* (McFarland e Ployhart, 2015), in quanto la facilità di comunicazione sui social media è notevolmente favorita dall'assenza di necessità di spostamenti fisici.

Cue absence

“Grado in cui possono mancare segnali fisici, che può variare dall'inclusione della maggior parte dei segnali di persona fino a essere completamente anonimi (senza segnali)” (Nesi et al., 2018a, p.275)

La *cue absence* è una caratteristica dei social media che deriva dalle teorie della comunicazione mediata dal computer (Culane e Markus, 1987). La mancanza di presenza fisica richiesta dalla comunicazione via social media spesso esclude segnali interpersonali come tono di voce, contatto fisico, gesti e le espressioni facciali, riducendo così il modo

in cui le informazioni possono essere espresse (Dennis et al., 2008). Molti studiosi hanno posto l'accento sull'anonimato dei social media, ma attualmente si tende a considerare la questione in modo più articolato. Ad esempio, Valkenburg e Peter, nel 2011, fanno una distinzione tra 'anonimato della fonte', dove l'identità del comunicatore rimane completamente ignota, e 'anonimato audiovisivo', caratterizzato dalla riduzioni o assenza dei segnali visivi e sonori.

Per riflettere la varietà di opzioni legate all'anonimato nel contesto attuale dei social media, Nesi et al. (2018a) descrivono le loro funzionalità in termini di assenza di segnali. Ritengono che il grado di assenza di segnali in una piattaforma di social media possa spaziare dalla presenza di numerosi segnali interpersonali, come quelli offerti dai servizi di videochiamata (es. *Skype* o *FaceTime*), fino a una totale assenza di informazioni identificative (anonimato completo). La comunicazione scritta riduce la quantità di segnali interpersonali, tra cui espressioni facciali, gesti e tono di voce, mentre l'invio di una fotografia può trasmettere alcuni segnali, come l'espressione facciale, ma non altri, come la voce (Nesi et al., 2018a).

Quantifiability

"Permesso per metriche sociali quantificabili" (Nesi et al., 2018a, p.275)

Studi suggeriscono che la natura delle interazioni sui social media, in merito alla *quantifiability*, possa avere un impatto significativo sulle esperienze relazionali online degli adolescenti (Sherman et al., 2016). La quantificabilità è una caratteristica cruciale del contesto dei social media per gli adolescenti. Nesi et al. (2018a) sostengono che la

quantificabilità è fondamentale social media, definendola come ‘la misura in cui i social media permettono l’uso di metriche sociali numeriche’.

Tra gli indicatori numerici diffusi negli strumenti dei social media abbiamo il ‘mi piace’, ‘retweet’, ‘visualizzazioni’ o ‘condivisioni’ e il numero di amici e *follower* (Nesi et al., 2018a). Studi indicano che gli adolescenti sono consapevoli di queste metriche numeriche e infatti le loro pubblicazioni sono influenzate in modo da ottenere più ‘like’ e commenti dai loro amici online (Nesi et al., 2018a). Inoltre, rimuovono o eliminano i tag da foto che non ricevono un numero desiderato di ‘like’ (Dhir et., 2016; Nesi et al., 2018a).

Visualness

“Grado in cui vengono enfatizzati fotografie e video” (Nesi et al., 2018a, p.275)

Nesi et al., nel 2018, definiscono la *visualness* come la misura in cui una piattaforma enfatizza la condivisione di foto e video. Si tratta della capacità dei social media di permettere una maggiore enfasi su fotografie visivamente piacevoli, umoristiche, oltre all’uso di filtri che migliorano l’aspetto (Perloff, 2014). *Snapchat*, *Instagram* e altre applicazioni social includono meccanismi di ‘filtro’ integrati per applicare facilmente o automaticamente questi effetti alle proprie fotografie (Nesi et al., 2018). La combinazione tra *visualness* e *cue absence* crea ritratti bidimensionali dell’identità su molte piattaforme basate sull’immagini. Ad esempio, gli adolescenti sono particolarmente attenti al proprio aspetto fisico e a quello dei loro coetanei e tendono a impegnarsi in alti livelli di confronto sociale basato sull’aspetto (de Vries et al., 2016).

CAPITOLO 3

3.1 Introduzione allo Studio

Come evidenziato nel capitolo precedente, negli ultimi dieci anni gli studi sull'adolescenza hanno mostrato un crescente interesse nel comprendere il ruolo dei social media nelle esperienze giovanili, incluse le relazioni di amicizia (Uhls et al., 2017; Pouwels et al., 2021). La maggior parte degli adolescenti partecipa frequentemente ad attività online, integrando e comunicando quotidianamente con i propri coetanei attraverso diverse piattaforme di social media (Odgers & Jense, 2020).

La scelta di fare una ricerca qualitativa è legata al fatto che, nonostante l'ampia letteratura sulle relazioni sociali nei contesti online e offline, c'è ancora una mancanza di studi qualitativi che esplorino le percezioni degli adolescenti su come queste relazioni si sviluppano in entrambi i contesti.

Questo studio propone un'analisi approfondita delle percezioni e delle esperienze degli adolescenti riguardo alle relazioni amicali nei contesti online e offline.

Nel presente capitolo, oltre a delineare chiaramente gli obiettivi e le domande della ricerca, verranno illustrati in dettaglio il metodo adottato, il processo di reclutamento dei partecipanti, i criteri di selezione e il target di riferimento. Verranno inoltre presentati gli strumenti utilizzati per la raccolta dati, evidenziando come essi siano stati progettati per ottenere una visione autentica e completa delle esperienze adolescenziali. Infine, verrà descritta la procedura seguita per la raccolta e analisi dei dati.

3.2 Obiettivi e domande di ricerca

L'obiettivo generale di questa ricerca è indagare la percezione che gli adolescenti hanno riguardo la costruzione e lo sviluppo delle relazioni amicali nei contesti online e offline. In particolare, lo studio si propone di esplorare come e se le dinamiche sociali tra amici differiscono tra i due contesti.

La ricerca si pone due obiettivi principali. In primo luogo, verranno analizzate le qualità che caratterizzano maggiormente l'amicizia (*validation, self-disclosure, companionship, instrumental support, conflict e conflict resolution*), prestando particolare attenzione al ruolo giocato dalle caratteristiche uniche dei social media (*asynchronicity, permanence, availability, publicness, cue absence, quantifiability e visualness*). Successivamente, si esploreranno le differenze nelle dinamiche di amicizia nei contesti online e offline, confrontando le due tipologie di relazioni e identificando eventuali aspetti comuni o divergenti.

Le domande principali a cui questa ricerca intende rispondere sono:

- In che modo gli adolescenti percepiscono le loro relazioni di amicizia nel contesto online *versus* quello offline?
- Quali dimensioni della qualità dell'amicizia vengono considerate più rilevanti nelle interazioni sui social media rispetto a quelle offline?

A differenza degli studi quantitativi, concentrati sugli aspetti misurabili del comportamento online, questa ricerca intende offrire un'analisi più profonda delle percezioni e dei vissuti individuali, fornendo un quadro più completo delle dinamiche relazionali nell'adolescenza.

3.3 Metodo

3.3.1 I partecipanti

I partecipanti coinvolti nello studio sono 45 adolescenti, precedentemente reclutati per una ricerca correlata dell'insegnamento di Psicologia dello Sviluppo Emotivo e Sociale, parte del corso di laurea in Scienze Psicologiche dello Sviluppo, della Personalità e delle Relazioni interpersonali presso l'Università degli Studi di Padova.

Prima della somministrazione delle interviste, i genitori dei partecipanti minorenni hanno letto e firmato un modulo di consenso informato e acconsentito alla partecipazione del proprio figlio/a alla ricerca. I partecipanti maggiorenni, invece, hanno potuto compilare autonomamente il modulo. Durante la fase del consenso, è stata spiegata la necessità di audio-registrare le interviste, specificando che tali registrazioni sarebbero state utilizzate esclusivamente per approfondimenti successivi e trattate in modo confidenziale, nel rispetto della normativa vigente della privacy.

Il campione è composto da 19 maschi (42.22%) e 26 femmine (57.78%). L'età dei ragazzi partecipanti allo studio è compresa tra i 14 e i 18 ($M= 16.40$ e $DS= 1.40$) e risulta così distribuita: 14 anni (13.33%), 15 anni, (15.56%), 16 anni (20%), 17 anni (20%) e 18 anni (31.11%).

La partecipazione ha previsto la somministrazione di interviste individuali, la cui durata è variata in funzione dei tempi e della lunghezza delle risposte, oscillando tra un minimo di 17 minuti e i 74 minuti.

3.3.2 Strumenti

a) Intervista semi-strutturata

La raccolta dei dati si è svolta attraverso l'utilizzo di un'intervista semi-strutturata (Tabella 1). Ai partecipanti è stato richiesto di esprimere il proprio pensiero rispetto a diverse domande relative l'utilizzo quotidiano dei social media e alle relazioni amicali, sia online che offline. L'intervista è stata progettata per esplorare l'esperienza quotidiana degli adolescenti nell'utilizzo dei social media con i propri amici.

Traccia per intervista semi-strutturata	
Iniziare spiegando che il tema dell'intervista è l'amicizia sui social media	
1	Cosa sono per te i social media? Per cosa li usi di più?
	<i>(NOTA per l'intervistatore: oltre a una eventuale "definizione" di social media, chiedere esempi. Se non esce spontaneamente, ricordare che social media sono piattaforme anche diverse tra loro, come WhatsApp, Instagram, Tiktok, Facebook, Snapchat, Telegram, BeReal, ecc.)</i>
2	Cos'è per te l'amicizia?
	<i>NOTA per l'intervistatore: vogliamo che l'adolescente pensi in particolare alle amicizie strette, più intime)</i>
3	Chi sono gli amici/le amiche con cui interagisci di più sui social media?
	<i>(NOTA per l'intervistatore: non stiamo chiedendo il nome, ma che tipo di amici sono, in particolare se sono gli stessi amici che hanno offline, come i compagni di scuola, o sono diversi, ecc.)</i>
4	Quali social media utilizzi di più per interagire e comunicare con i tuoi amici? Ce n'è uno che preferisci? Perché?
	<i>(NOTA per l'intervistatore: da qui in poi ricordiamo, se serve, all'adolescente che per amici ci riferiamo agli amici stretti [vd. domanda 2], non a tutti i contatti/follower sui social)</i>
5	Cosa pensi delle relazioni con i tuoi amici/amiche sui social media? Cosa hanno in comune con le relazioni con gli amici che avvengono offline (faccia a faccia)? Differiscono in qualcosa (hanno qualcosa di diverso/specifico)? Se sì, in cosa?
	<i>(NOTE per l'intervistatore: porre le domande in maniera sequenziale, lasciando il tempo di rispondere prima di porre quella successiva. Questa domanda dà un valore "neutro" alle possibili differenze, ma esploriamo, <u>anche chiedendo esempi</u>, se ciò che è diverso è in positivo o in negativo e in che senso per l'adolescente; potrebbero anche esserci sia differenze in positivo che in negativo: esploriamo le idee dell'adolescente chiedendo se, dopo una prima differenza citata, gliene vengono in mente altre e andiamo avanti finché non gliene vengono in mente più)</i>

5b	Secondo te ci sono caratteristiche specifiche dei social media (ad es., per come funzionano o per quello che si fa sui social media) che cambiano il modo con cui interagisci con i tuoi amici? Quali sono queste caratteristiche?
	<i>(NOTA per l'intervistatore: qui non chiediamo un mero elenco di possibili caratteristiche, ma per ciascuna facciamoci spiegare cosa l'adolescente intende, al di là di come la definisce, anche chiedendogli di fare esempi concreti di quello che succede sui social media con gli amici. Non fermiamoci alla prima caratteristica citata dall'adolescente; dopo la prima chiediamo se secondo lui/lei ce ne sono altre e andiamo avanti finché non gliene vengono in mente più)</i>
6	Adesso pensa a quando sei in contatto con i tuoi amici/che online rispetto a quando li frequenti faccia a faccia:
6a	Pensi che ci siano differenze tra comunicare online con gli amici/che rispetto a quando ci si vede faccia a faccia? Quali sono le differenze? Da cosa dipendono, secondo te, queste differenze?
6b	Pensi che ci siano differenze quando ti confidi (cioè, racconti qualcosa di personale) con un amico/a sui social media? Perché? Puoi fare degli esempi?
6c	Pensi che sui social media sia più facile o più difficile esprimere le tue emozioni/sentimenti (sia positivi che negativi)? Perché? Puoi fare degli esempi?
	<i>(NOTA per l'intervistatore: nel caso in cui l'adolescente abbia già parlato di questi aspetti nelle risposte alle domande precedenti, non si propone di nuovo la domanda)</i>
6d	Pensi che sui social media sia più facile o più difficile capire le emozioni/sentimenti che provano i tuoi amici? Perché? Puoi fare degli esempi?
	<i>(NOTA per l'intervistatore: nel caso in cui l'adolescente abbia già parlato di questi aspetti nelle risposte alle domande precedenti, non si propone di nuovo la domanda)</i>
7	Quali sono le cose che ti fanno sentire più soddisfatto/a, contento, delle tue relazioni di amicizia in generale? Cosa rende l'amicizia tra te e i tuoi amici speciale?
	<i>(NOTA per l'intervistatore: lasciare spazio per rispondere alla domanda 7 prima di porre la domanda 7b; se nella risposta alla 7 c'è già riferimento specifico ai social media saltare la domanda 7b)</i>
7b	E sui social media in particolare, cosa ti fa sentire soddisfatto delle tue amicizie? Puoi fare degli esempi?
8	Ci sono cose che fanno i tuoi amici "verso" di te sui social media che ti fanno sentire bene/soddisfatto? Puoi fare degli esempi?
	<i>(NOTA per l'intervistatore: qui ci riferiamo a cose che gli amici fanno in relazione all'adolescente intervistato, non a cosa fanno gli amici in generale sui social; se ha il dubbio, specifichiamolo)</i>
8b	Ci sono cose che fanno i tuoi amici/che sui social media che ti danno fastidio, ti fanno stare male? Puoi fare degli esempi?
	<i>(NOTA per l'intervistatore: come sopra, anche qui ci riferiamo a cose che gli amici fanno in relazione all'adolescente intervistato, non a cosa fanno gli amici in generale sui social)</i>
9	C'è qualcosa che fai sui social media perché senti che per i tuoi amici è importante, perché lo fanno tutti i tuoi amici? Puoi fare degli esempi?

Tabella 1. *Intervista semi-strutturata utilizzata per la conduzione delle interviste*

b) Codebook

Nella fase di analisi qualitativa è stato costruito un *codebook* come strumento centrale per la codifica dei dati. Questo strumento funge da guida per l'organizzazione e l'interpretazione sistematica del materiale raccolto, come trascrizioni di interviste o osservazioni. Esso contiene un elenco di codici, ciascuno dei quali è associato a specifici temi o categorie. Per ogni codice sono presenti, una chiara definizione del tema e esempi di applicazione tratti dalle interviste svolte. Il *codebook* garantisce coerenza e replicabilità nell'assegnazione dei codici, permettendo di gestire i dati in modo strutturato e facilitando l'emergere di schemi interpretativi.

Per semplificare la gestione, il *codebook* è stato suddiviso in due parti. La prima (Tabella 2) presenta le categorie, sottocategorie e codici relativi alla “qualità dell'amicizia”. In particolare, ciascuna delle sei dimensioni della qualità dell'amicizia (*validation, self-disclosure, instrumental support, companionship, conflict* e *conflict resolution*) è stata considerata come macrocategoria, e per ognuna di esse, le sottocategorie sono state costruite sulla base delle sette caratteristiche dei social media. Questo ha permesso di mettere in relazione, in fase di analisi dei dati, le dimensioni della qualità dell'amicizia con le caratteristiche principali dei social media.

La seconda parte del *codebook* (Tabella 3) si riferisce invece alle differenze percepite nelle relazioni di amicizia nei due contesti, online e offline. Anche in questo caso, le sottocategorie sono rappresentate dalle sette caratteristiche dei social media.

Per una visione completa del *codebook*, consultare la tabella 4 e 5 nell'appendice.

CATEGORIA	SOTTO CATEGORIA	COD.
Validation	Asynchronicity	2A
	Permanence	2B
	Availability	2C
	Publicness	2D
	Cue Absence	2E
	Quantifiability	2F
	Visualness	2G
Self-disclosure or Intimacy	Asynchronicity	3A
	Permanence	3B
	Availability	3C
	Publicness	3D
	Cue Absence	3E
	Quantifiability	3F
	Visualness	3G
Companionship	Asynchronicity	4A
	Permanence	4B
	Availability	4C
	Publicness	4D
	Cue Absence	4E
	Quantifiability	4F
	Visualness	4G
Instrumental support	Asynchronicity	5A
	Permanence	5B
	Availability	5C
	Publicness	5D
	Cue Absence	5E
	Quantifiability	5F
	Visualness	5G
Conflict	Asynchronicity	6A
	Permanence	6B
	Availability	6C
	Publicness	6D
	Cue Absence	6E
	Quantifiability	6F
	Visualness	6G
Conflict resolution	Asynchronicity	7A
	Permanence	7B

	Availability	7C
	Publicness	7D
	Cue Absence	7E
	Quantifiability	7F

Tabella 2. Codebook utilizzato per la codifica delle interviste e relativi codici categoria “close friendship”

CATEGORIA	SOTTO CATEGORIA	COD.
Contesti online vs offline	Asynchronicity	8A
	Permanence	8B
	Availability	8C
	Publicness	8D
	Cue Absence	8E
	Quantifiability	8F
	Visualness	8G

Tabella 3. Codebook utilizzato per la codifica delle interviste e relativi codici categoria “contesti online vs offline”

3.3.3 Procedura

Le interviste utilizzate per la presente analisi sono state selezionate da un database impiegato per una precedente ricerca, anch’essa incentrata sulle relazioni amicali nei contesti online e offline, condotta presso l’Università degli Studi di Padova. L’unico criterio di selezione è stato l’appartenenza alla fascia di età adolescenziale. Ai partecipanti è stato richiesto di esprimere il proprio pensiero rispetto a domande relative all’utilizzo quotidiano dei social media e alle relazioni amicali.

Le interviste sono state condotte seguendo una traccia semi-strutturata che copriva i seguenti temi: amicizia, social media, interazioni amicali online e offline. Le interviste hanno avuto una durata variabile tra i 17 minuti e i 74 minuti e sono state condotte sia in

presenza che in modalità remota, utilizzando piattaforme di videochiamata. Prima di iniziare ogni intervista, è stato fornito un documento di consenso informato, spiegando le finalità della ricerca, la tutela dell'anonimato e il trattamento dei dati personali.

Tutte le interviste sono state registrate e trascritte integralmente seguendo il metodo Verbatim, cioè trascrizioni fedeli alla conversazione, includendo pause, interruzioni e reazioni non verbali significative. Le trascrizioni sono state effettuate manualmente per garantire massima accuratezza.

La codifica è stata effettuata per suddividere il testo delle trascrizioni in unità tematiche, al fine di individuare ricorrenze e divergenze nelle risposte dei partecipanti. Questo processo ha permesso di rendere i dati qualitativi più gestibili e strutturati. Il *codebook*, come descritto nella sezione 'strumenti', ha guidato l'intero processo di codifica. Esso conteneva una serie di categorie predefinite basate sugli obiettivi di ricerca e si è evoluto durante l'analisi per includere nuove categorie emerse dai dati.

Per condurre un'analisi approfondita dei risultati delle interviste, le risposte codificate sono state raggruppate seguendo i codici assegnati. Questo approccio ha permesso di ottenere una visione più chiara delle categorie maggiormente emerse nel corso delle interviste, facilitando l'identificazione di temi centrali e rilevanti.

3.4 Risultati

3.4.1 Analisi delle interviste

L'analisi dei dati è stata condotta utilizzando l'analisi tematica, un metodo che consente di identificare e analizzare modelli ricorrenti all'interno delle trascrizioni delle

interviste. Le fasi dell'analisi includevano la familiarizzazione con i dati, la codifica iniziale, l'identificazione dei temi e la revisione finale dei risultati.

Per evidenziare le informazioni più rilevanti emerse dalle interviste, si è proceduto al raggruppamento delle codifiche, consentendo di riportare insieme le risposte codificate con lo stesso codice. Questo ha permesso di ottenere una visione semplificata delle risposte fornite dagli adolescenti.

Dall'analisi e dal raggruppamento delle codifiche è emerso che la *cue absence* risulta predominante sia nelle dimensioni relative alla qualità delle amicizie, sia nelle differenze tra contesti online e offline. A seguire, emergono la dimensione della *visualness* e *l'asynchronicity*. Tra le tematiche più rilevanti emerse spicca la *cue absence* che si riferisce al “grado in cui possono mancare segnali fisici, che può variare dall'inclusione della maggior parte dei segnali di persona fino ad essere completamente anonimi (senza segnali)” (Nesi et al. 2018a, p.275).

In generale, ecco alcuni esempi tratti dalle interviste relative alla *cue absence*:

M,15: *“Ovviamente scrivendo non si può vedere la faccia dell'altra persona e quindi non vedendo le espressioni facciali, non si può capire l'aspetto emotivo dell'altra persona. Se magari sta dicendo una cosa e se è veramente triste o meno, per esempio”*

F,15: *“Allora, secondo me, è molto molto più difficile, perché puoi fraintendere un messaggio o perché ad esempio la voce è un grande strumento dove puoi capire la persona. Magari uno ti scrive una frase in un modo, però dal vivo voleva intendere tutt'altro”*

M, 16: *“Dal vivo, riesco a farmi capire meglio anche dall'espressione del viso e dal modo di parlare. Quindi, preferisco le interazioni faccia a faccia sia per confidarmi sia per rispondere alle confidenze di qualcuno, perché la comunicazione risulta più chiara”*

Dagli esempi riportati e dalle restanti interviste emerge un consenso tra i partecipanti riguardo alle difficoltà di comunicazione nelle interazioni online rispetto a quelle faccia a faccia. I partecipanti sottolineano la mancanza di segnali visivi, come le espressioni facciali, che limita la comprensione dell'aspetto emotivo dell'interlocutore. Questa mancanza rende difficile interpretare correttamente i sentimenti dell'altra persona durante una conversazione scritta online.

Altri partecipanti evidenziano ulteriormente come il fraintendimento dei messaggi sia un rischio maggiore nella comunicazione digitale. La voce, infatti, è un'importante strumento comunicativo, poiché consente di cogliere il tono e l'intenzione dietro le parole. Al contrario, la comunicazione scritta può portare a malintesi, poiché un messaggio potrebbe essere interpretato in modi diversi rispetto a come l'autore intendeva comunicarlo di persona. La presenza dei segnali non verbali, come le espressioni del viso e il tono di voce, rende le interazioni più chiare e comprensibili.

Questi contributi evidenziano le sfide associate alla comunicazione digitale e la preferenza dei partecipanti per le interazioni di persona, dove la presenza di segnali non verbali facilita una comprensione più profonda e autentica delle emozioni e delle interazioni tra gli interlocutori.

La *cue absence*, come tutte le altre caratteristiche dei social media, è stata associata alle dimensioni della qualità dell'amicizia, offrendo spunti interessanti su ciò che emerge da queste dinamiche relazionali.

Analizzando nel dettaglio l'assenza di segnali nella qualità dell'amicizia emergono diversi aspetti significativi.

La prima dimensione della qualità dell'amicizia è la *self-disclosure*³, o intimacy, che si riferisce alla comunicazione di informazioni personali e sentimenti. Dalle interviste, risulta che la maggior parte degli adolescenti preferisce la comunicazione diretta, evidenziando le difficoltà che i social media presentano nel trasmettere emozioni e nel favorire relazioni autentiche. Gli intervistati segnalano come l'uso di piattaforme digitali possa comportare una perdita di informazioni e di emozioni nel dialogo. La comunicazione non verbale, come espressioni facciali e linguaggio del corpo è fondamentale e viene a mancare nelle interazioni online.

M,18: *“Bisogna passare attraverso una piattaforma e quindi sicuramente il tramite fa perdere delle informazioni sul dialogo, rispetto al comunicare direttamente con la persona con la quale si vuole parlare”.*

La comunicazione faccia a faccia consente di ricevere un riscontro immediato, facilitando la comunicazione delle emozioni altrui. Al contrario, le interazioni sui social sono percepite come più fredde e discrete, creando un senso di incomprensione.

M,16: *“Secondo me, quando si comunica dal vivo si riceve dall'altra persona una risposta immediata nel senso che anche dell'espressioni facciali si ha subito un riscontro. C'è maggiore conversazione. Invece, sui social non si può sapere quando arriverà una risposta”.*

Alcuni intervistati si sentono più a loro agio a esprimere i propri sentimenti di persona, dove possono leggere le reazioni altrui e gestire meglio la comunicazione. Tuttavia, ci sono anche coloro che trovano più facile aprirsi online, in quanto possono nascondere le proprie emozioni e le relazioni altrui.

³ Codice 3E del codebook

F,17: *“Penso che una persona se si deve confidare si sente molto più libera nel farlo guardando negli occhi l'altra persona di cui si fida, piuttosto che guardando lo schermo e scrivere un messaggio che poi magari non è espresso nella maniera in cui tu avresti voluto esprimerti mentre con le parole [...] e poi hai proprio la possibilità di guardare negli occhi quella persona ed essere più libero di esprimerti quindi è sicuramente molto meglio esprimersi dal vivo o comunque confidarsi di persona”.*

F,15: *“Be' in generale penso che dipenda dalla persona, ci può essere chi... magari se ti devi confidare o vuoi dire qualcosa di negativo a un'altra persona può essere più facile online perché non vedi la reazione dell'altra persona in cui ci resta male”.*

Le conversazioni tramite messaggi scritti sono soggette a fraintendimenti, poiché il tono e le emozioni possono essere interpretati in modi diversi, causando confusione e difficoltà nel comunicare sentimenti complessi.

F,14: *“Allora io molto spesso, se proprio devo confidare una cosa, preferisco farlo di persona, perché come ho già detto, nei social il modo in cui lo dici è nascosto alla persona che legge il messaggio”.*

M,15: *“Ovviamente scrivendo non si può vedere la faccia dell'altra persona e quindi non vedendo le espressioni facciali, non si può capire l'aspetto emotivo dell'altra persona”.*

L'assenza di contatto fisico e di una risposta immediata crea una barriera che rende difficile comprendere l'emotività dell'altro. Spesso ci si sente soli nel comunicare tramite schermi, il che può ostacolare l'apertura e la vulnerabilità.

M,17: *“La mancanza del contatto umano è incomparabile. Se ho un problema o una bella notizia, un conto è dirlo a faccia-faccia in quanto puoi vedere l'espressione, è una cosa istantanea perché non ho tempo per pensare se dirlo o meno (per fare una figura migliore*

o per dirlo meglio). Inoltre, fino a quando l'altro non risponde al telefono non sai come l'ha presa. Mentre faccia a faccia l'altro risponde subito”.

La maggior parte degli adolescenti intervistati preferisce la comunicazione faccia a faccia per questioni importanti e delicate, poiché consente una connessione emotiva più forte e una comprensione reciproca più profonda.

M,18: *“Se devo dire qualcosa di veramente serio e profondo preferisco vedere la persona in faccia per capire il suo stato d'animo, che sui social non è così comprensibile”.*

Un altro aspetto significativo nelle dinamiche dell'amicizia è la *companionship*⁴, ovvero il desiderio di trascorrere tempo insieme, divertirsi e rilassarsi. Diversi adolescenti hanno sottolineato come, sebbene sia possibile mantenere lunghe conversazioni attraverso piattaforme digitali come *WhatsApp* o *Instagram*, la comunicazione diretta (offline) rimanga nettamente superiore per ricchezza e profondità.

M,14: *“Il fatto di non poter vedere oltre le parole che la persona scrive, non poter vedere l'espressione, il tono o comprenderne a fondo le emozioni come riusciresti a fare dal vivo. Io posso parlare con un mio amico su WhatsApp o Instagram anche per ore ma quello che riesco a capire o condividere in una chiacchierata faccia a faccia è sempre superiore e più denso di significato. Anche lo scherzare e ridere insieme dal vivo è decisamente diverso. In più di persona si può parlare di qualsiasi cosa mentre sui social si può facilmente essere fraintesi”.*

Nell'esempio riportato sopra, viene descritto come la comunicazione digitale manchi di elementi essenziali, quali le espressioni facciali, tono di voce e l'interpretazione immediata delle emozioni, che rendono l'interazione di persona decisamente più densa di significato. Un altro aspetto rilevante è il bisogno di divertimento autentico e di

⁴ Codice 4E del codebook

connessione fisica che sottolinea come l'esperienza sui social possa intrattenere fino a un certo punto, ma risulti comunque limitata.

F,14: *“La componente del divertimento. Stando sui social ti puoi divertire fino ad un certo punto. Invece noi adolescenti abbiamo bisogno di divertirci e di fare cavolate insieme. Ad esempio, io mi trovo di persona per giocare a calcio o basket. Anche il tipo di socializzazione è diverso. È importante uscire e socializzare anziché stare sempre attaccati al telefono”.*

Un'altra qualità fondamentale dell'amicizia è l'*instrumental support*⁵, ovvero la capacità di garantire aiuto e protezione. Dalle interviste emerge chiaramente come questo aspetto sia influenzato dal mezzo di comunicazione utilizzato. Sebbene i social media possano offrire un canale per chiedere aiuto o conforto, essi presentano dei limiti nella qualità del supporto che si riesce a dare o ricevere.

Alcuni adolescenti intervistati sottolineano le difficoltà nel comprendere pienamente le situazioni problematiche degli amici quando la comunicazione avviene tramite messaggio. La mancanza di contesto emotivo, segnali non verbali e immedesimazione rende complicato offrire aiuto efficace. Questo impedisce di essere realmente presenti e di fornire il giusto sostegno.

F,17: *“Spesso infatti cerco di immedesimarmi in quei miei amici che, non so, magari mi scrivono perché c'è qualche problema eccetera ne vogliamo parlare però tramite un messaggio è difficile perché io non riesco a capire perfettamente la situazione per cui anche l'apporto che io posso dare diventa diverso”.*

La maggior parte degli intervistati ritiene che il supporto offerto di persona sia decisamente più efficace.

⁵ Codice 5E del codebook

M,18: *“Non c’è il rapporto fisico con l’altra persona, e se magari sta male, non puoi abbracciarla o dargli conforto e quindi io preferisco in questi casi magari se una persona deve dire una cosa ad un’altra persona di farlo di persona perché c’è un rapporto diretto e non ci sono intervalli di tempo in cui ci si può pensare”.*

Questo esempio ci aiuta a capire come la mancanza di contatto fisico e di segnali non verbali renda difficile provare a trasmettere empatia attraverso i messaggi.

Un’altra qualità dell’amicizia analizzata è il *conflict*⁶, ossia la capacità di gestire discussioni o situazioni in cui ci si infastidisce a vicenda. Nelle relazioni tra amici, i conflitti sono inevitabili, ma il modo in cui vengono affrontati può influenzare profondamente la qualità dell’amicizia.

Dalle interviste, emerge che il conflitto è spesso amplificato nelle interazioni online.

M,17: *“Mentre sui social è una cosa più diretta: anche se non lo vuoi, scrivi un messaggio e nella propria testa ha un certo tono; invece, l’altra persona lo interpreta con un tono differente e quindi si creano delle paranoie sulle decisioni, sui consigli e sul confrontarsi”.*

Come nell’esempio appena riportato gli intervistati ritengono che, sui social, i messaggi vengono facilmente fraintesi, poiché il tono con cui sono scritti può essere percepito in modo diverso da chi li riceve. Altri intervistati aggiungono che le discussioni via messaggio possono portare a incomprensioni più profonde, perché il tono con cui viene scritto un messaggio può essere interpretato come irritato o arrabbiato, anche quando non lo è. Questo accade soprattutto nelle situazioni di conflitto, dove la mancanza di segnali non verbali rende più difficile comprendere le reali emozioni dell’altro.

⁶ Codice 6E del codebook

F,15: *“Be’ in generale penso che dipenda dalla persona, ci può essere chi... magari se ti devi confidare o vuoi dire qualcosa di negativo a un’altra persona può essere più facile perché non vedi la reazione dell’altra persona in cui ci resta male”.*

Infine, con questo esempio si analizza un punto interessante: se da un lato il confronto via messaggio può essere percepito come meno immediato, dall’altro può permettere di evitare la reazione diretta dell’altro, rendendo più facile affrontare certi argomenti delicati.

Ultima qualità dell’amicizia analizzata, in relazione alla *cue absence*, è il *conflict resolution*⁷, ovvero la capacità di risolvere gli scontri. Dalle interviste emerge come la comunicazione attraverso i social media possa complicare la gestione dei conflitti a causa della mancanza dei segnali non verbali e del rischio di fraintendimenti.

Dalle interviste emerge che, pur sentendosi più protetti nel condividere pensieri o difficoltà tramite messaggi o vocali, esiste il rischio che l’altro interpreti male ciò che viene detto. In questi casi, si può tentare di chiarire l’equivoco, adattando il proprio messaggio alla reazione dell’interlocutore.

M,17: *“A tratti più comode in quanto mi sento più protetto nel comunicare un pensiero, una mia idea, magari delle difficoltà con loro, e quindi tramite i social, per cui tramite un messaggio, un vocale, mi sento come di avere una tutela in più anche perché hanno una doppia arma, cioè il fatto di essere fraintendibili, per cui in base alla loro risposta, io cambio un po’ l’accezione di quello che volevo dirgli, per cui se vedo che loro la interpretano troppo male o ci stanno troppo male provo a spiegargli che hanno sbagliato a interpretare, perché di fatti credo sia ovvio che un messaggio o un vocale siano molto*

⁷ Codice 7E del codebook

più semplici da mal interpretare rispetto a un discorso in cui anche il corpo emana dei segnali, o anche la voce eccetera”.

Dalle interviste emerge un altro elemento importante ‘la fragilità della comunicazione online’ quando si tratta di affrontare e risolvere scontri, dimostrando che l’assenza dei segnali sui social può ostacolare la risoluzione dei conflitti, con conseguenze potenzialmente durature. Viene spesso raccontato come alcune persone abbiano risolto i conflitti solo dopo essersi chiarite, mentre altre, a causa di incomprensioni avvenute sui social, non si parlano per molto tempo.

F,14: *“Beh qualche conflitto c’è stato ma poi si è risolto. perché magari quella persona ha capito che io intendevo quella cosa diversa e quindi si è subito chiarito. Alcune persone però non si parlano per anni perché si sono fraintese online. C’è una difficoltà di comunicazione nelle relazioni sui social”.*

Infine, per quanto riguarda la dimensione della *validation*⁸, che implica il prendersi cura dell’altro e farsi sentire speciali a vicenda, dimostrando interesse e supporto reciproco, rispetto al ruolo della *cue absence* non è emerso nulla di significativo.

In conclusione, la mancanza di segnali non verbali rende più complessa la comunicazione, limitando la capacità di trasmettere emozioni e di risolvere conflitti. Sulla base di ciò, si sono analizzati in dettaglio anche le diversità nei contesti online e offline e anche in questo caso la *cue absence* risalta in quanto amplifica le difficoltà di comprensione reciproca, accentuando fraintendimenti e rallentando la risoluzione dei conflitti. Ciò suggerisce l’importanza delle interazioni faccia a faccia per una comprensione più autentica e profonda delle relazioni interpersonali.

⁸ Codice 2E del codebook

Emergono molte riflessioni profonde sul confronto tra comunicazione online e faccia a faccia.⁹ In particolare, emerge la percezione che la comunicazione diretta in presenza sia di gran lunga più efficace e completa. Questo avviene perché, quando ci si trova di fronte a una persona, si possono cogliere molte sfumature delle emozioni attraverso segnali non verbali come espressioni facciali, gesti e tono della voce.

Un punto di vista interessante è che molti adolescenti sentono di essere più a proprio agio e più naturali nel parlare dal vivo, perché la presenza fisica facilita la comprensione reciproca.

M,16: *“Mi sento più a mio agio a parlare che a scrivere, perché mi è più naturale esprimermi. Essendo l'altra persona di fronte a me, riesco a cogliere più cose come le espressioni facciali. Di conseguenza, ci si capisce di più”.*

Le espressioni facciali e il tono della voce aiutano a trasmettere chiaramente le intenzioni, evitando fraintendimenti. Inoltre, è stato evidenziato che i social rendono più difficile esprimere i propri sentimenti autentici. Si evince anche che i messaggi vocali, che potrebbero avvicinarsi a una conversazione reale, non sono sufficienti per esprimere completamente le emozioni.

F,17: *“La caratteristica quindi dei social media nel senso che oscura un po' e non hai questa discussione faccia a faccia dove ad esempio anche il linguaggio del corpo, le espressioni del viso che sono fondamentali, nei social media uno può scrivere una cosa che poi magari viene travisata o intesa male o comunque non è detto che si capisca al 100% quello che una persona sta dicendo, magari anche solamente dal tono di voce o*

⁹ Codice 8E del codebook

anche utilizzando gli audio (i messaggi vocali), che durano 15 secondi secondo me non aiutano ad esprimere a pieno quello che si vuole dire”.

Infine, c'è anche un elemento legato alla fiducia. Viene spesso menzionato che, nella vita reale, è più facile percepire l'empatia dell'altro, un aspetto che viene limitato quando si interagisce solo online.

M,18: *“Perché non riesci a vedere l'espressione facciale, del corpo e comunque non riesci a provare empatia per l'altra persona e magari dare un... non c'è il rapporto fisico con l'altra persona, e se magari sta male, non puoi abbracciarla o dargli conforto e quindi io preferisco in questi casi magari se una persona deve dire una cosa ad un'altra persona di farlo di persona perché c'è un rapporto diretto e non ci sono intervalli di tempo in cui ci si può pensare”.*

Anche la questione dei fraintendimenti è una tematica ricorrente: più persone, sottolineano che i messaggi testuali possono essere facilmente mal interpretati, portando a conflitti e incomprensioni che dal vivo difficilmente si verificherebbero.

M,16: *“Faccia a faccia è meglio perché, ad esempio, sui social una cosa può essere intesa in modo diverso da quello che te intendevi...cioè, è una cosa solo visiva mentre se sei dal vivo capisci cosa una persona intende [...] prima avevo detto che sui social una persona può intendere un'altra cosa non sapendo magari il tono, il volto...”*

In sintesi, nella comunicazione digitale manca l'elemento 'umano' che rende i rapporti più autentici, emotivi e profondi. La distanza fisica e l'assenza di segnali non verbali limitano la comprensione reciproca, generando fraintendimento e riducendo l'empatia.

Un altro aspetto rilevante emerso dall'analisi delle interviste, riguarda il ruolo della *visualness*, ovvero il grado in cui fotografie e video vengono enfatizzati. In particolare, in relazione alla qualità dell'amicizia vengono approfondite le associazioni con, la *validation*¹⁰ e con la percezione delle diversità tra i contesti online e offline¹¹.

Per quanto riguarda la *visualness* in relazione alla *validation* dalle interviste emerge che, molti adolescenti preferiscono il divertimento dal vivo con gli amici rispetto allo scambio continuo di messaggi sui social. Tuttavia, condividere contenuti divertenti o ricordare momenti trascorsi insieme attraverso foto e video sui social rinforza i legami e può portare a scambi di conversazioni.

M,15: *“Quando trovo qualche video che mi diverte e che so può divertire anche una mia amica o un mio amico, glielo mando e funziona così anche per loro. Loro lo mandano a me e quindi poi molte volte parte una chat e cominciamo a scrivere riguardo quel video, e anche altre cose”.*

Altri fattori che validano l'amicizia attraverso la *visualness* sono il “taggare” qualcuno in post o storie, fare gli auguri pubblicandolo sui propri social o condividere foto con amici. Le interazioni sui social, come la condivisione di foto, video o storie, servono come una sorta di memoria collettiva delle esperienze vissute insieme. Dalle interviste emerge come i social media non sostituiscono le relazioni reali, ma sono uno strumento che serve a rafforzarle, offrendo gesti di validazione e condivisione di momenti speciali.

Per quanto riguarda le altre dimensioni della qualità dell'amicizia, non sono emersi elementi rilevanti rispetto al ruolo della *visualness*.

¹⁰ Codice 2G del codebook

¹¹ Codice 8G del codebook

Analizzando invece la percezione che gli adolescenti hanno riguardo la diversità tra contesti online e offline inerenti alla categoria *visualness* emerge una percezione molto critica dell'uso dei social media, in particolare *Instagram*, come “vetrina” per mostrare una versione idealizzate di sé. Diversi intervistati sottolineano come le persone tendano a curare e manipolare la propria immagine sui social per apparire migliori o più felici di quanto siano nella realtà.

M,15: *“Riguardo ai social media, per esempio, molta gente che conosco usa questo mezzo, secondo me, anche in maniera sbagliata. Lo usa per farsi conoscere in un'altra maniera di come è realmente nella vita reale. Ovvero che, su Instagram mette foto sia in cui è diversa da un punto di vista estetico, ma soprattutto da un punto di vista di personalità”.*

L'ultima caratteristica che emerge particolarmente dall'analisi delle interviste è *l'asynchronicity*, ovvero il lasso di tempo tra gli scambi comunicativi. Questo aspetto si evidenzia in particolare in relazione alla *self-disclosure o intimacy*.¹² Dalle interviste emerge che la comunicazione sui social, rispetto a quella faccia a faccia è caratterizzata anche dall'aspetto dell'*asynchronicity* che va ad influire in vari modi sull'interazione. La possibilità di rispondere in ritardo sui social viene percepita sia come un vantaggio sia come un limite. Alcuni adolescenti intervistati apprezzano la flessibilità di poter riflettere su cosa dire prima di rispondere, soprattutto in conversazioni delicate. Tuttavia, questo può creare ansia e frustrazione nel momento in cui non si ricevono immediate risposte se viene comunicato qualcosa di importante.

F,14: *“Ad esempio mi è capitato di non sapere cosa rispondere ad una cosa importante che un'amica mi aveva confidato perché non puoi rispondere sempre ok, va bene e cerchi*

¹² Codice 3A del codebook

di tirare fuori qualche parola che magari gli fa piacere e che gli serve da aiuto per risolvere questa difficoltà...”

Anche in questo caso, per quanto riguarda sia le altre dimensioni della qualità dell'amicizia che le differenze percepite nei contesti online vs offline, non sono emersi elementi rilevanti rispetto al ruolo di *asynchronicity*.

3.5 Discussione

Il presente studio è stato condotto con l'obiettivo di indagare la percezione degli adolescenti relativamente alla costruzione e allo sviluppo delle relazioni amicali nei contesti online e offline. In particolare, lo studio mira a esplorare come queste relazioni si formino e si evolvano, evidenziando le differenze nelle dinamiche sociali tra i due contesti, con un'attenzione specifica all'influenza esercitata dai social media.

Nello specifico, la ricerca ha analizzato le dinamiche della qualità che caratterizzano l'amicizia, con particolare attenzione al ruolo che le caratteristiche uniche dei social media giocano nella costruzione di queste relazioni. Inoltre, ha esplorato le percezioni degli adolescenti riguardo le differenti dinamiche che caratterizzano le amicizie online e offline, mettendole a confronto. Ciò è stato possibile grazie al recupero di 45 interviste semi-strutturate, somministrate ad adolescenti, relative all'uso dei social media e alle dimensioni delle qualità dell'amicizia, raccolte nell'ambito di una ricerca correlata dell'insegnamento di Psicologia dello Sviluppo, della Personalità e delle Relazioni interpersonali presso l'Università degli studi di Padova.

Questo elaborato, partendo dai concetti teorici del modello della *Transformation Framework*, ha analizzato le sette caratteristiche dei social media individuate da Nesi et

al. nel 2018, con particolare attenzione all'associazione di queste caratteristiche con le dimensioni della qualità dell'amicizia.

L'analisi delle interviste ha evidenziato diverse tematiche rilevanti, tra cui spicca la *cue absence*. Gli adolescenti intervistati hanno sottolineato le difficoltà di comunicazione nelle interazioni online rispetto a quelle faccia a faccia, legate principalmente alla mancanza di segnali visivi, come espressioni facciali. Questa assenza limita molti aspetti, soprattutto quelli emotivi, creando difficoltà nell'interpretare i sentimenti dell'altra persona durante una conversazione online. La mancanza di segnali non verbali può spesso portare a malintesi e fraintendimenti, generando potenziali conflitti, poiché i messaggi possono essere interpretati erroneamente. È emerso con chiarezza che la presenza di segnali non verbali, come le espressioni facciali e il tono della voce, renda le interazioni più chiare e comprensibili.

In relazione alla *cue absence* e alle dimensioni della qualità dell'amicizia, l'unico fattore che non emerge in modo significativo dalle interviste è la *validation*. Per quanto riguarda le altre caratteristiche, gli adolescenti esprimono una netta preferenza per la comunicazione diretta, evidenziando le difficoltà dei social media nel tramettere emozioni e nel favorire relazioni autentiche. Uno dei principali vantaggi della comunicazione faccia a faccia è il riscontro immediato, che permette di leggere facilmente la reazione dell'altro e di gestire meglio la conversazione. Tuttavia, alcuni adolescenti preferiscono evitare questo approccio sentendosi più a proprio agio nell'aprirsi online.

La comparazione tra i contesti online e offline ha sollevato molte riflessioni profonde riguardo alle *cue absence*. In particolare, gli intervistati percepiscono la comunicazione faccia a faccia come nettamente più efficace e completa, poiché la vicinanza fisica facilita la comprensione reciproca. Un tema spesso menzionato è la

fiducia: nelle relazioni faccia a faccia è più semplice percepire empatia da parte dell'altro, un aspetto che risulta limitato nelle interazioni online.

Oltre all'assenza dei segnali non verbali, un'altra caratteristica emersa è la *visualness*, specialmente in relazione alla dimensione *validation* e alla percezione delle differenze tra contesti online e offline. Molti adolescenti preferiscono il divertimento dal vivo con gli amici piuttosto che lo scambio continuo di messaggi sui social anche se la condivisione di contenuti online può rafforzare i legami e stimolare nuove conversazioni. Analizzando la percezione degli adolescenti riguardo la *visualness*, emerge una visione critica sull'uso dei social media, in particolare *Instagram*, visto come una 'vetrina' per esibire una versione idealizzata di sé. Alcuni intervistati hanno collegato questa dinamica alla manipolazione dell'immagine personale per apparire migliori o più felici di quanto essi siano nella realtà.

Un'ultima caratteristica che si è distinta è *l'asynchronicity*, in relazione alla *self-disclosure*. Dalle interviste è emerso che la comunicazione sui social, rispetto a quella faccia a faccia, è influenzata dall'asincronicità, che ha un impatto significativo sulle interazioni. La possibilità di rispondere con ritardo sui social media, infatti, è percepita sia come un vantaggio, in quanto offre più tempo per riflettere, sia come uno svantaggio, poiché può rallentare la conversazione e rendere le interazioni meno spontanee.

CONCLUSIONI

Se da un lato il presente studio ha permesso di fornire una visione più ampia e chiara del funzionamento delle relazioni amicali nei contesti online e offline, dall'altro occorre fare alcune considerazioni che suggeriscono di interpretare i risultati con cautela. Esse, inoltre, possono essere intese come spunti riflessivi per la ricerca futura in tale ambito al fine di ottenere risultati che siano maggiormente generalizzabili.

Tra i principali limiti della ricerca, è doveroso anzitutto riportare l'esigua numerosità del campione. Il numero di adolescenti coinvolti, infatti, non è sufficientemente ampio da poter essere considerato rappresentativo dell'intera popolazione. Pertanto, i risultati ottenuti, non essendo generalizzabili, devono essere interpretati solamente all'interno del contesto specifico considerato dalla presente ricerca.

Un secondo limite riguarda la tipologia di ricerca condotta. Essendo appunto una ricerca di tipo qualitativo, l'interpretazione dei dati può essere stata influenzata dalla soggettività del ricercatore. Per limitare questa influenza, future ricerche potrebbero adottare metodologie complementari, come approcci quantitativi o misti, che possano corroborare i risultati emersi dall'analisi qualitativa con dati statistici più oggettivi.

Un terzo limite è rappresentato dalla metodologia utilizzata, la quale, essendo basata su interviste semi-strutturate, potrebbe aver limitato la capacità di esplorare alcune tematiche in profondità. In futuro, potrebbe essere utile integrare questa tecnica con altre forme di raccolta dati, come interviste non strutturate o focus group, al fine di poter indagare in modo più specifico il fenomeno e poter così cogliere una più ampia e varia gamma di risposte.

Infine, alcune risposte potrebbero essere state influenzate dalla desiderabilità sociale, limitando così la sincerità o la profondità di alcune affermazioni. Future ricerche potrebbero affrontare questo problema ricorrendo a tecniche di raccolta dati che permettano di garantire maggiormente l'anonimato, permettendo di esplorare in modo meno condizionato certi aspetti sensibili.

Al di là delle considerazioni soprariportate, i risultati emersi dalla presente ricerca rappresentano un importante contributo alla letteratura esistente sulle relazioni digitali e forniscono nuovi spunti su come la mancanza dei segnali fisici e altre dinamiche specifiche possano influenzare la percezione e la qualità delle relazioni interpersonali.

Questo tema sarà sempre più rilevante se si considerano i recenti sviluppi in campo sociale e tecnologico, che potrebbero andare a determinare nel tempo un ampliamento delle modalità di comunicazione e interazione tra la popolazione. Per tale motivo, saranno necessari ulteriori approfondimenti al fine di affrontare le sfide emergenti nel campo delle relazioni amicali nell'era digitale.

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

Bibliografia

- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-five years of social media: A review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 15–222.
- Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D. M., & Waters, L. (2014). Social Media Use and Social Connectedness in Adolescents: The Positives and the Potential Pitfalls. *The Australian Educational and Developmental Psychologist*, 31(1), 18–31. <https://doi.org/10.1017/edp.2014.2>
- Amichai-Hamburger, Y., Kingsbury, M., & Schneider, B. H. (2013). Friendship: An old concept with a new meaning? *Computers in Human Behavior*, 29, 33–39. doi:10.1016/j.chb.2012.05.025.
- Angelini F. Framing Peer Relationships on Social Media: Individual and Contextual Factors of Perceived Friendship Quality Among Adolescents (Ph.D Course in psychological sciences) Università degli studi di Padova, Padova.
- Angelini, F., & Gini, G. (2024). Differences in perceived online communication and disclosing e-motions among adolescents and young adults: The role of specific social media features and social anxiety. *Journal of Adolescence*, 96, 512–525. <https://doi.org/10.1002/jad.12256>
- Bagwell, C. L., & Schmidt, M. E. (2013). *Friendships in childhood and adolescence*. Guilford Press.

- *Baumeister, R.F., & Leary, M.R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529. doi:10.1037/0033-2909.117.3.497
- Berger, J. (2013). Beyond viral: Interpersonal communication in the Internet age. *Psychological Inquiry*, 24(4), 293–296. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2013.842203>.
- *Berndt, T. J. (1985). Prosocial behavior between friends in middle childhood and early adolescence. *Journal of Early Adolescence*, 5(3), 307–317. doi:10.1177/0272431685053005.
- *Berndt, T. J. (1989). Obtaining support from friends during childhood and adolescence. In D. Belle (Ed.), *Children's social networks and social supports*. New York, NY: Wiley.
- *Berndt, T.J., Hawkins, J.A., & Jiao, Z. (1999). Influences of friends and friendships on adjustment to junior high school. *Merrill-Palmer Quarterly* 45(1), 13–41. <http://www.jstor.org/stable/23093308>.
- *Bigelow, B. J., & La Gaipa, J. J. (1975). Children's written descriptions of friendship: A multidimensional analysis. *Developmental Psychology*, 11(6), 857–858.
- Boyd, D. (2007). *Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life*. Rochester, NY: Social Science Research Network. Retrieved from <https://papers.ssrn.com/abstract=1518924>.
- boyd, d. (2010). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In *Networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39–58). Retrieved from <http://www.danah.org/papers/2020/SNSasNetworkedPublics>.

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- boyd, d., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.
- Brandes, S. B., & Levin, D. (2014). “Like My Status” Israeli teen age girls constructing their social connections on the Facebook social network. *Feminist Media Studies*, 14(5), 743–758. doi:10.1080/14680777.2013.833533.
- *Brown, B. B., & Larson, J. (2009). Peer relationships in adolescence. In R. M. Lerner & L. Steinberg (Eds.), *Handbook of adolescent psychology*. Hoboken, NJ: Wiley. <https://doi.org/10.1002/9780470479193.adlpsy002004>.
- *Buhrmester, D. (1996). Need fulfillment, interpersonal competence, and the developmental contexts of early adolescent friendships. In W. M. Bukowski, A. F. Newcomb & W. W. Hartup (Eds.), *The company they keep* (158–185). Cambridge: Cambridge University Press.
- *Buhrmester, D., & Prager, K. (1995). Patterns and functions of self disclosure during childhood and adolescence. In K. J. Rotenberg (Ed.), *Disclosure processes in children and adolescents* (10–56). New York, NY: Cambridge University Press.
- *Bukowski, W. M., Hoza, B., & Boivin, M. (1991). Measuring friendship quality during pre- and early adolescence: The development and psychometric properties of the friendship quality scale. *Journal of Social and Personal Relationships*, 11(3), 471–484. doi:10.1177/0265407594113011.

- *Bukowski, W. M., Motzoi, C., & Meyer, F. (2009). Friendship as process, function, and outcome. In K. H. Rubin, W. M. Bukowski, & B. Laursen (Eds.), *Handbook of peer interactions, relationships, and groups* (pp. 217–231). Guilford press.
- Burhmester, D., & Chow, C. M. (2009). Friendships in adolescence. In H. T. Reis & S. Sprecher (Eds.), *Encyclopedia of Human Relationships* (Vol. 3, pp. 718–722). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Choukas-Bradley, S., & Prinstein, M. J. (2014). Peer relationships and the development of psychopathology. In M. Lewis & K. D. Rudolph (Eds.), *Handbook of developmental psychopathology* (pp. 185–204). Boston, MA: Springer. Retrieved from http://link.springer.com/10.1007/978-1-4614-9608-3_10.
- *Crockett, L., Losoff, M., & Peterson, A. C. (1984). Perceptions of the peer group and friendship in early adolescence. *The Journal of Early Adolescence*, 4(2), 155–181. doi:10.1177/0272431684042004.
- *Culnan, M. J., & Markus, M. (1987). Information technologies. In F. M. Jablin, L. L. Putnam, K. H. Roberts, & L. W. Porter (Eds.), *Handbook of organizational communication: An interdisciplinary perspective* (pp. 420–443). Thousand Oaks, CA: Sage.
- *Davis, K. (2012). Friendship 2.0: Adolescents' experiences of belonging and self-disclosure online. *Journal of Adolescence*, 35(6), 1527–1536. doi:10.1016/j.adolescence.2012.02.013.

- De Ridder, S., & Van Bauwel, S. (2013). Commenting on pictures: Teens negotiating gender and sexualities on social networking sites. *Sexualities*, 16(5/6), 565–586. doi:10.1177/1363460713487369.
- de Vries, D. A., Peter, J., de Graaf, H., & Nikken, P. (2016). Adolescents' social network site use, peer appearance-related feedback, and body dissatisfaction: Testing a mediation model. *Journal of Youth and Adolescence*, 45(1), 211–224. <https://doi.org/10.1007/s10964-015-0266-4>.
- *Dennis, A. R., Fuller, R. M., & Valacich, J. S. (2008). Media, tasks, and communication processes: A theory of media synchronicity. *MIS Quarterly*, 32(3), 575–600.
- DeSmet, A., Veldeman, C., Poels, K., Bastiaensens, S., Van Cleemput, K., Vandebosch, H., & De Bourdeaudhuij, I. (2014). Determinants of self-reported bystander behavior in cyberbullying incidents among adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(4), 207–215. doi:10.1089/
- Dhir, A., Kaur, P., Lonka, K., & Nieminen, M. (2016). Why do adolescents untag photos on Facebook? *Computers in Human Behavior*, 55, 1106–1115. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.11.017>.
- *Diga, M., & Kelleher, T. (2009). Social media use, perceptions of decision-making power, and public relations roles. *Public Relations Review*, 35, 440–442
- *Eaton, D. K., Kann, L., Kinchen, S., Ross, J., Hawkins, J., Harris, W. A., ... Wechsler, H. (2006). Youth risk behavior surveillance – United States. *Journal of School Health*, 76(7), 353–372. doi:10.1111/j.1746-1561.2006.00127.x

- Eleuteri, S., Saladino, V., & Verrastro, V. (2017). Identity, relationships, sexuality, and risky behaviors of adolescents in the context of social media. *Sexual and Relationship Therapy*, 32(3–4), 354–365.
- *Ellison, N. B., & Boyd, D. (2013). Sociality through social network sites. In Oxford University Press eBooks. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199589074.013.0008>
- *Erikson, E. H. (1968). *Identity, youth and crisis*. New York, NY: Norton.
- *Fehr, B. (1996). *Friendship processes*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- *Ferguson, C. J., & Olson, C. K. (2013). Friends, fun, frustration and fantasy: Child motivations for video game play. *Motivation and Emotion*, 37(1), 154–164. doi:10.1007/s11031-012-9284-7.
- *Gauze, C., Bukowski, W. M., Aquan-Assee, J., & Sippola, L. K. (1996). Interactions between family environment and friendship and associations with self-perceived well-being during early adolescence. *Child Development*, 67(5), 2201–2216. doi:10.1111/j.1467-8624.1996.tb01852.x.
- *Gifford-Smith, M. E., & Brownell, C. A. (2003). Childhood peer relationships: Social acceptance, friendships, and peer networks. *Journal of School Psychology*, 41(4), 235–284. doi:10.1016/S0022-4405(03)00048-7.
- *Grinter, R. E., & Palen, L. (2002). Instant messaging in teen life. In: CSCW'02 Proceedings of the 2002 ACM conference on computer supported cooperative work (pp. 21–30). New York: ACM. doi:10.1145/587078.587082.

- Halpern-Felsher, B., Baker, M., & Stitzel, S. (2016). Decision-making in adolescents and young adults. In M. Diefenbach, S. Miller-Halegoua, & D. Bowen (Eds.), *Handbook of health decision science* (pp. 157–167). New York, NY: Springer
- *Hartup, W. W. (1993). Adolescents and their friends. *New Directions for Child and Adolescent Development*, 60, 3–22. doi:10.1002/cd.23219936003.
- *Hartup, W. W. (1996). The company they keep: Friendships and their developmental significance. *Child Development*, 67(1), 1–13. <https://doi.org/10.2307/1131681>.
- *Hartup, W. W., & Stevens, N. (1997). Friendships and adaptation in the life course. *Psychological Bulletin*, 121(3), 355–370. doi:10.1037/0033-2909.121.3.355.
- *Hodges, E.V.E., Malone, M. J., & Perry, D. G. (1997). Individual risk and social risk as interacting determinants of victimization in the peer group. *Developmental Psychology*, 33(6), 1032–1039. doi:10.1037/0012-1649.33.6.1032.
- *Hong, C., Chen, Z., & Li, C. (2017). “Liking” and being “liked”: How are personality traits and demographics associated with giving and receiving “likes” on Facebook? *Computers in Human Behavior*, 68, 292–299. doi:10.1016/j.chb.2016.11.048.
- *Jones, M. G., Schieffelin, B. B., & Smith, R. E. (2011). When friends who talk together stalk together: Online gossip as metacommunication. In C. Thurlow & K. Mroczek (Eds.), *Digital discourse: Language in the new media* (pp 26–47). Oxford: Oxford University Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.

- Kapoor, K. K., Tamilmani, K., Rana, N. P., Patil, P., Dwivedi, Y. K., & Nerur, S. (2017). Advances in Social Media Research: Past, Present and Future. *Information Systems Frontiers*, 1-28.
- Khan, M. L., Wohn, D. Y., & Ellison, N. B. (2014). Actual friends matter: An internet skills perspective on teens' informal academic collaboration on Facebook. *Computers & Education*, 79, 138–147. doi:10.1016/j.compedu.2014.08.001.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- *Kroger, J. (2000). *Identity development: Adolescence through adulthood*. Newbury Park, CA: Sage.
- *Ladd, G. W., & Kochenderfer, B. J. (1996). Linkages between friendship and adjustment during early school transitions. In W. M. Bukowski, A. F. Newcomb & W. W. Hartup (Eds.), *The company they keep* (322–345). Cambridge: Cambridge University Press.
- *Lenhart, A. (2015a). *Teens, social media, & technology overview 2015*. <http://www.pewinternet.org/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015/>.
- *Lenhart, A. (2015b). *Teens, technology, and friendships*. <http://www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/>.
- *Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10(3), 393-411. doi:10.1177/1461444808089415.

- *Macháčková, H., Dedkova, L., Sevcikova, A., & Cerna, A. (2013). Bystanders' support of cyberbullied schoolmates. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 23, 25–36. doi:10.1002/casp.2135.
- *Maslow, A.H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, 370–396. doi:10.1037/h0054346
- McFarland, L. A., & Ployhart, R. E. (2015). Social media: A contextual framework to guide research and practice. *Journal of Applied Psychology*, 100(6), 1653–1677. <https://doi.org/10.1037/a0039244>.
- *Michikyan, M., & Subrahmanyam, K. (2012). Social networking sites: Implications for youth. *Encyclopedia of Cyber Behavior*, 132–147.
- *Mikami, A. Y., & Szewedo, D. E. (2011). Social networking in online and offline contexts. In R. J. R. Levesque (Ed.), *Encyclopedia of adolescence* (pp. 2801–2808). New York, NY: Springer.
- Moreno, M. A., & Uhls, Y. T. (2019). Applying an affordances approach and a developmental lens to approach adolescent social media use. *Digital Health*, 5, 205520761982667. <https://doi.org/10.1177/2055207619826678>
- *Münzer, S., & Borg, A. (2008). Computer-mediated communication: Synchronicity and compensatory effort. *Applied Cognitive Psychology*, 22(5), 663–683. <https://doi.org/10.1002/acp.1387>.
- Nesi, J., Choukas-Bradley, S., & Prinstein, M. J. (2018a). 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>

Nesi, J., Telzer, E. H., & Prinstein, M. J., (Eds.). (2022). *Handbook of adolescent digital media use and mental health*. Cambridge University Press.

Niland, P., Lyons, A. C., Goodwin, I., & Hutton, F. (2015). Friendship work on Facebook: Young adults' understandings and practices of friendship. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 25(2), 123–137. doi:10.1002/casp.2201.

*Notley, T. (2009). Young people, online networks, and social inclusion. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 1208–1227. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01487.x>

*Odgers, C. L., & Jensen, M. R. (2020). Annual research review: Adolescent mental health in the digital age: Facts, fears, and future directions. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 61(3), 336–348. <https://doi.org/10.1111/jcpp.13190>

Oestreicher-Singer, G., & Zalmanson, L. (2013). Content or community? A digital business strategy for content providers in the social age. *MIS Quarterly*, 37(2), 591-616.

*Olweus, D. (2012). Cyberbullying: An overrated phenomenon? *European Journal of Developmental Psychology*, 9(5), 520–538. <https://doi.org/10.1080/17405629.2012.682358>.

Orben, A. (2020). Teenagers, screens and social media: a narrative review of reviews and key studies. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 55(4), 407–414. <https://doi.org/10.1007/s00127-019-01825-4>

- *Parker, J. G., & Asher, S. R. (1993). Friendship and friendship quality in middle childhood: Links with peer group acceptance and feelings of loneliness and social dissatisfaction. *Developmental Psychology*, 29(4), 611–621. doi:10.1037/0012-1649.29.4.611.
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11–12), 363–377. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>.
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2013). The effects of Internet communication on adolescents' psychological development. *The International Encyclopedia of Media Studies*. Retrieved from <http://online.library.wiley.com/doi/10.1002/9781444361506.wbiems136/full>
- *Planalp, S., & Benson, A. (1992). Friends' and acquaintances' conversations: Perceived differences. *Journal of Social and Personal Relationships*, 9(4), 483–506. doi:10.1177/0265407592094002.
- Pouwels, J. L., Valkenburg, P. M., Beyens, I., van Driel, I. I., & Keijsers, L. (2021). Social media use and friendship closeness in adolescents' daily lives: An experience sampling study. *Developmental Psychology*, 57(2), 309–323. <https://doi.org/10.1037/dev0001148>
- Prensky, M. (2001). M. Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Prinstein, M. J., & Giletta, M. (2020). Future Directions in Peer relations research. *Journal of Clinical Child and Adolescent Psychology*, 49(4), 556-572. <https://doi.org/10.1080/15374416.2020.1756299>
- *Radmacher, K., & Azmitia, M. (2006). Are there gendered pathways to intimacy in early adolescents' and emerging adults' friendships? *Journal of Adolescent Research*, 21(4), 415–448. doi:10.1177/0743558406287402.

- Rubin, K. H., Bukowski, W. M., & Bowker, J. C. (2015). Children in peer groups. In R. M. Lerner (Ed.), *Handbook of child psychology and developmental science* (pp. 1–48). Hoboken, NJ: Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118963418.childpsy405>.
- Rudolph, K. D. (2014). Puberty as a developmental context of risk for psychopathology. In M. Lewis & K. D. Rudolph (Eds.), *Hand book of developmental psychopathology* (pp. 331–354). Boston, MA: Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-9608-3_17.
- Rueda, H. A., Lindsay, M., & Williams, L. R. (2015). “She posted it on Facebook”: Mexican American adolescents’ experiences with technology and romantic relationship conflict. *Journal of Adolescent Research*, 30(4), 419–445.
- *Sharabany, R., Gershoni, R., & Hofman, J. E. (1981). Girl friend, boyfriend: Age and sex differences in intimate friendship. *Developmental Psychology*, 17(6), 800–808. doi:10.1037/0012-1649.17.6.800
- *Sherman, L. E., Michikyan, M., & Greenfield, P.M. (2013). The effects of text, audio, video, and in-person communication on bonding between friends. *Cyberpsychology: Journal of Psycho social Research on Cyberspace*. doi:10.5817/CP2013-2-3.
- *Sherman, L. E., Payton, A. A., Hernandez, L. M., Greenfield, P. M., & Dapretto, M. (2016). The power of the like in adolescence: Effects of peer influence on neural and behavioral responses to social media. *Psychological Science*, 27(7), 1027–1035. <https://doi.org/10.1177/0956797616645673>.
- *Shulman, S., & Laursen, B. (2002). Adolescent Perceptions of conflict in interdependent and disengaged friendships. *Journal of Research on Adolescence*, 12(3), 353–372. doi:10.1111/1532-7795.00037.

- *Šmahel, D., Machájková, H., Mascheroni, G., Dýdková, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., Livingstone, S., & Hasebrink, U. (2020). EU Kids Online 2020: risultati del sondaggio del 19 paesi. *Eu Kids Online*. <https://doi.org/10.21953/lse.47fdeqj01of0>
- Smetana, J. G., & Villalobos, M. (2009). Social cognitive development in adolescence. In R. M. Lerner & L. Steinberg (Eds.), *Handbook of adolescent psychology* (3rd ed., Vol. 1, 10–56). Hoboken, NJ: Wiley.
- Steinberg, L. (2008). A social neuroscience perspective on adolescent risk-taking. *Developmental Review*, 28(1), 78–106. doi:10.1016/j.dr.2007.08.002
- *Steinberg, L., & Morris, A. S. (2001). Adolescent development. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 83–110. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.83>.
- *Subrahmanyam, K., & Greenfield, P. M. (2008). Virtual worlds in development: Implications of social networking sites. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 417–419. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.004>.
- Subrahmanyam, K., & Šmahel, D. (2011). *Digital youth: The role of media in development*. New York: Springer.
- *Subrahmanyam, K., Smahel, D., & Greenfield, P. (2006). Connecting developmental constructions to the internet: Identity presentation and sexual exploration in online teen chat rooms. *Developmental Psychology*, 42(3), 395–406. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.42.3.395>.
- *Sullivan, H. S. (1953). *The interpersonal theory of psychiatry*. New York, NY: Norton.

- *Uhls, Y. T., Ellison, N. B., & Subrahmanyam, K. (2017). Benefits and costs of social media in adolescence. *Pediatrics*, 140, S67–S70. <https://doi.org/10.1542/peds.2016-1758E>. (Supplement_2)
- *Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, 48(2), 121–127. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.08.020>.
- *Van Ouytsel, J., Van Gool, E., Walrave, M., Ponnet, K., & Peeters, E. (2016). Exploring the role of social networking sites within adolescent romantic relationships and dating experiences. *Computers in Human Behavior*, 55, 76–86. doi:10.1016/j.chb.2015.08.042
- *Weinstein, E. C., & Selman, R. L. (2016). Digital stress: Adolescents' personal accounts. *New Media & Society*, 18(3), 391–409. doi:10.1177/1461444814543989.
- Wolf, Maxim; Sims, Julian; and Yang, Huadong, "Social Media? What Social Media?" (2018). UK Academy for Information Systems Conference Proceedings 2018. 3. <https://aisel.aisnet.org/ukais2018/3>
- *Yang, C. C., Brown, B. B., & Braun, M. T. (2013). From Facebook to cell calls: Layers of electronic intimacy in college students' interpersonal relationships. *New Media & Society*, 16(1), 5–23. doi:10.1177/1461444812472486.
- Yau, J. C., & Reich, S. M. (2018). Are the qualities of adolescents' offline friendships present in digital interactions? *Adolescent Research Review*, 3(3), 339–355. <https://doi.org/10.1007/s40894-017-0059-y>
- *Youniss, J., & Smollar, J. (1985). *Adolescent relations with mothers, fathers, and friends*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.

*Zywica, J., & Danowski, J. (2008). The faces of Facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(1), 1–34. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2008.01429.x>.

Sitografia

Common Sense Media (2015). The Common Sense census: Media use by tweens and teens. https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/research/census_researchreport.

Transform. (2018). In Merriam-Webster online dictionary. Retrieved February 7, 2018 from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/transform>

*=non direttamente consultate

APPENDICE

Tabella 4. Codebook completo utilizzato per la codifica delle interviste categoria “close friendship”

CATEGORIA	SOTTO CATEGORIA	DEFINIZIONE (descrizione + esempio)	COD.
Validation	Asynchronicity	D: Lasso di tempo tra gli aspetti della comunicazione E: -	2A
	Permanence	D: Accessibilità permanente dei contenuti condivisi tramite social media E: “ <i>O anche una cosa che mi rende molto felice è quando pubblico i video con le cose che scrivo e i miei amici le ricondividono spontaneamente senza che io chieda loro nulla o magari dicono ad altri di andare a seguire il mio profilo, è una forma di interesse e aiuto nei mie confronti che mi rende orgoglioso di quelle amicizie</i> ”	2B
	Availability	D: Facilità con cui è possibile accedere e condividere i contenuti, indipendentemente dalla posizione fisica E: “ <i>Magari quando non stai con quella persona e le accade qualcosa e tu sei la prima a cui le viene in mente di scrivere per raccontartela. Questo perché non sei con lei in quel momento, ma appena accade vuole raccontartela e te lo scrive, quindi fa piacere essere la prima persona a cui pensa</i> ”	2C
	Publicness	D: Accessibilità delle informazioni da parte di un vasto pubblico E: “ <i>Quando per esempio mi trovo dal mio amicone, un bel post su Instagram sul suo profilo, questa cosa mi fa sentire tra virgolette importante perché sono presente nella sua copertina di vita, mi verrebbe da dire, cioè mi espone e mi sento abbastanza importante in questo</i> ”	2D

	Cue Absence	D: Grado in cui l'assenza di segnali fisici può variare dalla presenza della maggior parte dei segnali faccia a faccia all'essere totalmente anonimi (no segnali) E: <i>“Ovviamente scrivendo non si può vedere la faccia dell'altra persona e quindi non vedendo le espressioni facciali, non si può capire l'aspetto emotivo dell'altra persona. Se magari sta dicendo una cosa e se è veramente triste o meno, per esempio”</i>	2E
	Quantifiability	D: Margine per metriche sociali quantificabili E: <i>“Ogni volta che i miei amici reagiscono con un “cuore” a ciò che gli ho inviato è una cosa che mi piace, perché mi dimostrano che il video gli è piaciuto”</i>	2F
	Visualness	D: Misura in cui vengono enfatizzate fotografie e video E: <i>“Se qualcuno mette una storia per me con una canzone magari ovviamente mi fa piacere”</i>	2G
Self-disclosure or Intimacy	Asynchronicity	D: Lasso di tempo tra gli aspetti della comunicazione E: <i>“Nei social in più, può anche essere che se vuoi confidare una cosa che per te è molto importante, ma quella persona viene poi chiamata dalla madre e non risponde al messaggio, tu rimani là con l'ansia che magari l'ha letto e non ti vuole rispondere”</i>	3A
	Permanence	D: Accessibilità permanente dei contenuti condivisi tramite social media E: <i>“Magari su un cellulare, su una chat questa cosa rimane salvata e non mi sento libero, non mi sento totalmente sicuro che questa cosa rimanga solamente alla persona con cui sto parlando, che ne so, magari poi viene fatta vedere a qualcun'altro è che non vorrei che sapesse queste cose”</i>	3B
	Availability	D: Facilità con cui è possibile accedere e condividere i contenuti, indipendentemente dalla posizione fisica	3C

		E: <i>“Magari una persona è distante oppure parti e sei distante e riesci comunque a tenere quel poco il rapporto vivo, nel senso, riesci a sentire una persona, a sapere quello che sta facendo o comunque a raccontarti qualcosa che se non avessimo i social non sapresti nulla di quella persona se è lontana da te”</i>	
	Publicness	D: Accessibilità delle informazioni da parte di un vasto pubblico E: <i>“Sai che quello che scriverai può potenzialmente andare a chiunque e può essere frainteso da chiunque, perché un messaggio puoi inoltrarlo, si possono fare gli screenshot, si possono inoltrare le immagini, e lo puoi vedere per quanto tempo vuoi”</i>	3D
	Cue Absence	D: Grado in cui l’assenza di segnali fisici può variare dalla presenza della maggior parte dei segnali faccia a faccia all’essere totalmente anonimi (no segnali) E: <i>“Però credo che lo schermo limiti molto le relazioni con le persone, banalmente perché con un messaggio una persona non ti può far trasparire tutte le emozioni che sta provando quindi diventa difficile interagire, mentre se io ho una persona davanti posso capire meglio quello che questa persona prova e capire anche meglio le sue parole insomma”</i>	3E
	Quantifiability	D: Margine per metriche sociali quantificabili E: -	3F
	Visualness	D: Misura in cui vengono enfatizzate fotografie e video E: <i>“Con le storie magari su Instagram mostri con esempi, con video, immagini, spieghi quello che provi, quello che passi e lo condividi. Con messaggi toccanti di altre persone riesci a fare intendere che emozioni stai provando”</i>	3G
	Asynchronicity	D: Lasso di tempo tra gli aspetti della comunicazione	4A

Companionship		E: <i>“Ci sono delle mie amiche che mi rispondono, magari perché non hanno voglia, dopo tantissimo”</i>	
	Permanence	D: Accessibilità permanente dei contenuti condivisi tramite social media E: -	4B
	Availability	D: Facilità con cui è possibile accedere e condividere i contenuti, indipendentemente dalla posizione fisica E: <i>“Giornalmente, anzi quasi ogni ora uno di noi invia un'immagine, un post, che sia divertente o no e poi da lì si inizia a parlare di quello che è stato condiviso tra noi”</i>	4C
	Publicness	D: Accessibilità delle informazioni da parte di un vasto pubblico E: -	4D
	Cue Absence	D: Grado in cui l'assenza di segnali fisici può variare dalla presenza della maggior parte dei segnali faccia a faccia all'essere totalmente anonimi (no segnali) E:	4E
	Quantifiability	D: Margine per metriche sociali quantificabili E: <i>“Una cosa che dicevo “wow” è che magari mi arrivavano tantissimi messaggi da un sacco di persone mie amiche però magari ti scriveva quest'amica, questo amico, questo e quello per varie cose”</i>	4F
	Visualness	D: Misura in cui vengono enfatizzate fotografie e video E: <i>“Sui social cerco di più le amicizie che mi servono per divertirmi, in realtà, perché vado a vedere magari dove sono andati la sera, quale bravata hanno fatto, eccetera, ed è un modo per rimanere in contatto”</i>	4G
	Asynchronicity	D: Lasso di tempo tra gli aspetti della comunicazione E: <i>“ Perché non riesci a vedere l'espressione facciale, del corpo, e comunque non riesci a provare empatia per l'altra persona e magari dare un... non c'è il rapporto fisico con l'altra persona, e se magari sta male, non puoi abbracciarla o dargli conforto e quindi io preferisco in questi casi magari se una persona deve dire una cosa ad un'altra persona di farlo di persona</i>	5A

Instrumental support		<i>perché c'è un rapporto diretto e non ci sono intervalli di tempo in cui ci si può pensare</i>	
	Permanence	D: Accessibilità permanente dei contenuti condivisi tramite social media E: <i>“Sembrerà strano, ma su Whatsapp puoi riprendere i messaggi. Se tipo qualcuno ti manda tre messaggi, tu puoi riprendere il primo, mentre su Instagram non puoi farlo. Forse sembrerà una cavolata”</i>	5B
	Availability	D: Facilità con cui è possibile accedere e condividere i contenuti, indipendentemente dalla posizione fisica E: <i>“(mi fa sentire soddisfatta) il fatto che in qualsiasi momento so di poter trovare qualcuno, riusciamo a tenerci in contatto anche se non siamo insieme”</i>	5C
	Publicness	D: Accessibilità delle informazioni da parte di un vasto pubblico E: <i>“Sì, sicuramente per quanto riguarda i tempi di risposta; almeno per me, dipende di cosa sto parlando con i miei amici: se è un argomento che non mi interessa aspetto anche più di mezz'ora prima di rispondere; se ad esempio è una mia amica che mi informa sulla situazione sentimentale, io aspetto a risponderle perché magari in quel momento non mi interessa. Invece se sono di persona devo risponderle subito, non posso fare scena muta. Quindi mi capita sui social di “ignorare” le persone perché magari in quel momento non ho voglia. Oppure sui social usi un lessico più confidenziale perché sei dietro uno schermo, ti senti più a tuo agio a parlare...non so come spiegarlo...”</i>	5D
	Cue Absence	D: Grado in cui l'assenza di segnali fisici può variare dalla presenza della maggior parte dei segnali faccia a faccia all'essere totalmente anonimi (no segnali) E: <i>“Di solito quando ti confidi con una persona, ti potrebbe abbracciare e darti un supporto umano e fisico mentre da uno schermo sei comunque tu nella tua camera da solo a scrivere con una persona”</i>	5E
	Quantifiability	D: Margine per metriche sociali quantificabili E: -	5F

	Visualness	D: Misura in cui vengono enfatizzate fotografie e video E: <i>“Magari c’hai delle insicurezze ti possono mandare dei video per fartele un po’ passare”</i>	5G
Conflict	Asynchronicity	D: Lasso di tempo tra gli aspetti della comunicazione E: <i>“[...] dall’altro lato dico che non è poi così tanto male, nel senso che se è una questione importante ma sono io a ricevere il messaggio magari ci penso e in realtà è anche meglio perché se sono troppo impulsiva di persona magari rischio di scombinate qualcosa mentre io magari sono in discussione e dico “se gli rispondo ora gli rispondo male”, lascio scorrere, mi passa e poi rispondo, formulo bene quello che voglio dire, cerco di non essere fraintesa, mentre di persona non hai questa opportunità, quello che hai detto l’hai detto ormai [...]”</i>	6A
	Permanence	D: Accessibilità permanente dei contenuti condivisi tramite social media E: <i>“Un esempio di una cosa che mi ha dato fastidio c’è stato: avevamo fatto una foto con una mia amica e le avevo detto che non mi piaceva e se poteva non postarla però lei ha voluto postarla comunque a tutti i costi, lì un po’ mi ha dato fastidio perché non l’ha levata”</i>	6B
	Availability	D: Facilità con cui è possibile accedere e condividere i contenuti, indipendentemente dalla posizione fisica E: <i>Può, secondo me, diventare anche stressante vedere costantemente cosa fa quella persona, anche magari l’ansia di dire “chissà se quella persona ci rimane male che io sono qui in questo posto”</i>	6C
	Publicness	D: Accessibilità delle informazioni da parte di un vasto pubblico E: <i>“Ho visto molte frecciate, molti insulti magari mandati tramite i social anche aperti a tutti. È questa la cosa. Se vuoi mandarti un insulto non capisco perché non puoi dirtelo a voce o mandartelo privatamente”</i>	6D
	Cue Absence	D: Grado in cui l’assenza di segnali fisici può variare dalla presenza della maggior parte dei segnali faccia a faccia all’essere totalmente anonimi (no segnali) E: <i>“Quindi magari una cosa scritta normalmente, in tranquillità può</i>	6E

		<i>sembrare una cosa scritta con irritazione, può essere letta così e quindi creare delle incomprensioni”</i>	
	Quantifiability	D: Margine per metriche sociali quantificabili <i>E: “Per esempio, se tu sei sui social, nel mio caso no però è successo a dei miei compagni di classe, che venivano esclusi perché avevano meno follower di un altro e quindi per sta roba di non avere i follower lo ritenevano sfigato e lo mandavano via”</i>	6F
	Visualness	D: Misura in cui vengono enfatizzate fotografie e video <i>E: “Quando, ad esempio, metto una storia con i miei amici e li taggo, una foto carina e non la ripostano, è una cosa piccola ma da un po’ fastidio”</i>	6G
Conflict resolution	Asynchronicity	D: Lasso di tempo tra gli aspetti della comunicazione <i>E: “Sui social hai tempo di pensare e trattenere quello che vorresti dire”</i>	7A
	Permanence	D: Accessibilità permanente dei contenuti condivisi tramite social media <i>E: “Quindi anche se io ho un momento di rabbia verso una mia amica e voglio scrivere ad un’altra mia amica cose brutte sulla persona che appunto mi ha fatta arrabbiare, non lo faccio ma semplicemente perché so che le cose rimangono e che lì per lì si, mi posso sfogare ma poi non continuerò a pensare sempre queste cose e quindi mi dispiacerebbe se venissero lette perché uno sfogo su WhatsApp non è come uno sfogo dal vivo”</i>	7B
	Availability	D: Facilità con cui è possibile accedere e condividere i contenuti, indipendentemente dalla posizione fisica <i>E: “Oppure può essere che mentre scrivono con me, mentre stiamo litigando e stanno scrivendo con un loro amico per farsi dire cosa scrivere”</i>	7C
	Publicness	D: Accessibilità delle informazioni da parte di un vasto pubblico <i>E: “Se scrivo su Instagram ad una mia amica ma magari il suo account ce l’ha qualcun altro che potrebbe vedere e quindi non è più privata la questione”</i>	7D
	Cue Absence	D: Grado in cui l’assenza di segnali fisici può variare dalla presenza della maggior parte dei segnali faccia a faccia all’essere totalmente anonimi (no segnali)	7E

		E: <i>“In base alla loro risposta, io cambio un po’ l’accezione di quello che volevo dirgli, per cui se vedo che loro la interpretano troppo male o ci stanno troppo male provo a spiegargli che hanno sbagliato a interpretare, perché di fatti credo sia ovvio che un messaggio o un vocale siano molto più semplici da mal interpretare rispetto a un discorso in cui anche il corpo emana dei segnali, o anche la voce eccetera”</i>	
	Quantifiability	D: Margine per metriche sociali quantificabili E:	7F
	Visualness	D: Misura in cui vengono enfatizzate fotografie e video E:	7G

Tabella 5. Codebook completo utilizzato per la codifica delle interviste categoria “Contesti online vs offline”

CATEGORIA	SOTTO CATEGORIA	DEFINIZIONE (descrizione + esempio)	COD.
	Asynchronicity	D: il lasso di tempo tra gli aspetti della comunicazione implica il non dover dare una risposta immediata. Permette quindi di prendersi del tempo per riflettere durante un litigio, di aspettare di essere effettivamente coinvolti nella conversazione prima di rispondere e di decidere quando e se interagire con qualcuno E: <i>“Anche se è diverso, magari dalla vita reale perché hai più tempo per rispondere, per pensare a una risposta, mentre dal vivo se ti fanno una domanda devi rispondere praticamente subito. Mentre sui social media magari ti fanno una domanda, se non sai come rispondere allora aspetti tipo 5 minuti, il tempo di pensarci, e poi puoi rispondere”</i>	8A

Contesti online vs offline	Permanence	<p>D: La permanenza dei contenuti e la loro accessibilità anche dopo un lungo periodo da quando sono stati condivisi, permette il recupero, la ricerca e la replicazione di tali contenuti. Molto spesso gli adolescenti non hanno una chiara percezione di questo aspetto.</p> <p><i>E: “Un messaggio puoi inoltrarlo, si possono fare gli screenshot, si possono inoltrare le immagini, e lo puoi vedere per quanto tempo vuoi; invece, un discorso con un mio amico se è importante io lo preferisco perché resta tra me e lui e perché è temporaneo”</i></p>	8B
	Availability	<p>D: La facilità con cui i contenuti possono essere accessibili e condivisi implica una rimozione di barriere nella comunicazione che ci sono nel contesto offline.</p> <p><i>E: “I social media, secondo me, sono un'arma, diciamo per aiutare queste amicizie, magari a stringere di più i rapporti, per potersi scrivere anche quando non ci si può vedere per vari motivi”</i></p>	8C
	Publicness	<p>D: Il contesto online permette di comunicare con un vasto pubblico di coetanei, adulti e persino estranei, cosa che non sarebbe possibile online</p> <p><i>E: “Postando una storia, tu stai dicendo a tutti quanti quello che stai facendo invece di andare proprio direttamente nella chat di quella persona o di quelle persone, pensando a un gruppo e scrivere direttamente a quelle persone, questa è una funzione particolare che ha, secondo me, ha svoltato il modo di comunicare tra di noi”</i></p>	8D
	Cue Absence	<p>D: La mancanza di presenza fisica implica l'esclusione di indizi interpersonali, quali: tono di voce, tocco, gesti, espressione facciale e riduce quindi il modo in cui le informazioni possono essere espresse rispetto al contesto offline</p>	8E

		<i>E: “Sicuramente allora se ti confidi con un amico faccia a faccia, quell'amico può vedere la tua faccia per vedere come la stai dicendo una cosa, con che tono la stai dicendo, cioè con la vista e l'udito capisce la situazione con cui gli stai dicendo una cosa, se invece ti confidi attraverso i social media quindi scrivendogli, lui, sì, vede che gli stai scrivendo ste cose, ma a te dietro lo schermo puoi pensare benissimo che ci sia una persona che intanto che sorride mentre te le sta scrivendo che sembra sia tutto a posto”</i>	
	Quantifiability	D: Il contesto online implica metriche sociali numeriche (like, visualizzazioni, seguaci, condivisioni), cosa che non era possibile offline <i>E: “È successo a dei miei compagni di classe, che venivano esclusi perché avevano meno follower di un altro e quindi per questa roba di non avere i follower lo ritenevano sfigato e lo mandavano via”</i>	8F
	Visualness	D: I social media permettono una maggiore enfasi sui propri contenuti, così come l'applicazione di filtri che migliorano l'aspetto <i>E: “Molta gente che conosco usa questo mezzo, secondo me, anche in maniera sbagliata. Lo usa per farsi conoscere in un'altra maniera di come è realmente nella vita reale. Ovvero che, su Instagram mette foto sia in cui è diversa da un punto di vista estetico, ma soprattutto da un punto di vista di personalità. Quindi magari mette storie in cui è sempre felice e magari dei posti in cui viaggia e con gli amici... quando poi nella realtà, non è così solare come sembra sui social. E quindi diciamo, rimani un po 'deluso dalla persona”</i>	8G