



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione

**Corso di laurea in Psicologia di comunità, della promozione del benessere
e del cambiamento sociale**

Tesi di laurea Magistrale

**Caratteristiche dei social media e relazioni
interpersonali nei giovani adulti**

**Characteristics of social media and interpersonal relationships in
young adults**

Relatore

Prof. Gini Gianluca

Correlatrice

Dott.ssa Angelini Federica

Laureanda: Zubani Sara

Matricola: 1233612

Anno accademico 2021/2022

INDICE

INTRODUZIONE.....	1
CAPITOLO I	
CARATTERISTICHE E PROBLEMATICITÀ DEI SOCIAL MEDIA.....	5
1.1. Definizione e caratteristiche dei social media.....	5
1.2. Le funzioni dei social media	7
1.3. L'uso problematico dei social media.....	9
1.4. Fattori di rischio implicati nell'uso eccessivo dei social media.....	12
CAPITOLO II	
ANALISI DELL'USO PROBLEMATICO DEI SOCIAL MEDIA.....	17
1. Introduzione	17
2. Le ipotesi della ricerca.....	18
3. Metodo	19
3.1. Partecipanti.....	19
3.2. Strumenti	20
3.3. Procedura.....	23
4. Risultati.....	24
4.1. Analisi descrittive sul campione e sulle variabili d'interesse	24
4.2. Analisi di Correlazione sulle variabili di interesse.....	25
4.3. Analisi di Regressione sull'uso problematico dei social media ...	27

CAPITOLO III

DISCUSSIONE	31
1. Prevenzione e intervento dell'uso problematico dei social media ..	35
CONCLUSIONE.....	39
BIBLIOGRAFIA	41
RINGRAZIAMENTI	47

INTRODUZIONE

L'interesse per i social media ed il loro ruolo nelle esperienze relazionali di adolescenti e giovani adulti ha ispirato questo studio di ricerca, al fine di approfondire la conoscenza riguardo alle modalità con cui i ragazzi utilizzano i social media nella loro vita quotidiana. La ricerca consiste nella somministrazione di un questionario online, in cui è stato indagato ampiamente il rapporto dei giovani adulti con i social media, focalizzando le domande principalmente su tre ambiti: la modalità di utilizzo di questi strumenti, il rapporto con i pari online e lo stato di benessere generale della persona.

Partendo da una generale analisi riguardo ai social media e al loro ruolo per le relazioni sociali degli adolescenti, l'elaborato si è poi focalizzato sull'uso problematico di questi strumenti da parte dei giovani adulti, con l'intento di conoscere i potenziali fattori di rischio implicati in questo comportamento. Alcuni fattori di rischio presi in esame nella ricerca sono stati tratti dall'analisi della letteratura precedente che ha permesso di individuarne tre: la frequenza con cui vengono utilizzati i social media da parte di una persona, le motivazioni che sottostanno all'utilizzo dei social media e le norme sociali dei pari riguardo all'uso dei social media. Oltre a questi è stato introdotto ed indagato un ulteriore ipotetico fattore di rischio su cui ancora non è presente una sufficiente letteratura, cioè gli indicatori di status sociale. Nella ricerca è stato ipotizzato che le persone che pongono maggiore attenzione agli indicatori di status sociale sui social media hanno maggiori probabilità di sviluppare un uso problematico di questi strumenti e si è cercato di comprendere quanta influenza potrebbe esercitare questo ipotetico fattore di rischio sull'utilizzo eccessivo dei social media. Al fine di verificare questa ipotesi e di comprendere il ruolo di ciascun fattore di rischio evidenziato nel determinare il

comportamento di uso problematico dei social media è stata eseguita un'analisi sui dati raccolti attraverso il questionario, che ha consentito di mettere in luce che l'uso eccessivo dei social media nasce per lo più dal desiderio di trarre un benessere personale dall'utilizzo di questi strumenti. Sottolineando che non sono i social media in sé il fattore di rischio che porta ad un uso problematico, ma questo comportamento è legato ad alcune motivazioni che spingono l'individuo ad utilizzare questi strumenti.

CAPITOLO I

CARATTERISTICHE E PROBLEMATICITÀ DEI SOCIAL MEDIA

1.1. Definizione e caratteristiche dei social media

Nel corso degli anni è stato possibile osservare un incremento dell'utilizzo di internet, favorito da una maggiore accessibilità alle apparecchiature elettroniche che danno accesso ad esso. Internet offre alle persone la possibilità di accedere ad un ambiente virtuale ricco di stimoli, informazioni e strumenti, che accompagnano le persone nella loro quotidianità. Gli individui possono utilizzare Internet come mezzo per reperire informazioni oppure come strumento di intrattenimento o ancora come mezzo per comunicare con amici, parenti o conoscenti. Al giorno d'oggi uno dei principali strumenti che raggruppa in sé tutte e tre le funzioni precedenti sono i social media, che ricoprono un ruolo importante nella vita degli adolescenti e dei giovani adulti (Stockdale & Coyne, 2020). Nella presente ricerca il termine social media è usato per indicare una qualsiasi applicazione che permette di comunicare, interagire e condividere contenuti con altri utenti, sia amici che conoscenti (Nesi, Choukas-Bradley & Prinstein, 2018). All'interno di questa definizione rientrano applicazioni molto diversificate tra loro come WhatsApp, Instagram, Facebook, Tiktok ed altri, tutte però con lo stesso comune scopo di connettere più persone.

Da diversi anni, i ricercatori stanno studiando gli effetti che i social media hanno sulle esperienze quotidiane e sulle relazioni dei più giovani. Nesi et al. (2018) hanno cercato di definire quali fossero le caratteristiche dei social media, in modo da offrire una definizione che consenta di comprendere i cambiamenti relazionali tra pari. La comunicazione sui social media è basata sull'invio di messaggi, i quali sono resi pubblici

e visibili alla lista di amici o conoscenti sui social media e consentono lo scambio di informazioni, esperienze e pensieri personali. Questi messaggi possono essere intesi sia come testo scritto che come immagini e presentano in sé due qualità, la permanenza e l'asincronicità. Attraverso il concetto di permanenza i social media consentono di memorizzare i contenuti di un messaggio per molto tempo dopo dalla pubblicazione, offrendo la possibilità agli utenti di rivedere o controllare informazioni e comunicazioni passate. L'asincronicità invece si riferisce al lasso di tempo che intercorre tra l'invio del messaggio e la relativa risposta. Quest'ultima funzione consente di comunicare simultaneamente con più persone e di elaborare una risposta al messaggio ricevuto con maggiore calma rispetto alle interazioni di persona, i cui ritmi di conversazione sono più rapidi. Attraverso questi messaggi, i social media favoriscono la disponibilità, cioè consentono una costante possibilità di comunicazione tra le persone senza tener conto di barriere fisiche, come un incontro di persona. La disponibilità consente di dedicare molto più tempo alle amicizie, migliorando la qualità del rapporto. Questa caratteristica dei social risulta particolarmente rilevante in adolescenza, dove ci sono forti esigenze di relazionarsi per favorire lo sviluppo identitario ed il benessere psicoemotivo (Yau & Reich, 2018). Inoltre, i concetti di quantificabilità e visibilità dei social network portano l'individuo a porre maggiore attenzione a come si pone di fronte agli altri e ad un ipotetico pubblico. Perciò le persone prima di pubblicare un messaggio cercano di renderlo piacevole ed interessante in modo che questo acquisisca visibilità ed apprezzamenti attraverso commenti, che indicano quanto un messaggio è piaciuto al pubblico. L'ultima caratteristica della comunicazione online è l'assenza di segnali non verbali, i quali possono provocare errori di comprensione durante una conversazione e generare possibili conflitti.

Ognuno degli aspetti precedentemente discussi modifica le modalità d'interazione classiche delle relazioni faccia a faccia (Yau & Reich, 2018) ed incide sulla qualità dell'amicizia e sul supporto sociale (Nesi et al., 2018a). L'asincronicità e l'assenza di segnali non verbali possono rendere la comunicazione meno chiara e portare ad errori di comprensione, facendo nascere conflitti o gelosie. Infatti la possibilità di rimandare la risposta ad un messaggio o comunicare a più persone contemporaneamente può provocare sentimenti negativi nell'interlocutore. I concetti di disponibilità, pubblicazione e permanenza possono invece favorire il supporto sociale, in quanto rendono più accessibili le relazioni con amici o conoscenti, grazie all'invio di messaggi pubblici o privati.

Un aspetto molto interessante da tenere in considerazione è il senso di sicurezza e di maggior controllo che caratteristiche come l'asincronicità danno agli utenti, consentendo ai soggetti introversi ed ansiosi di beneficiare di questa nuova modalità di comunicazione (Nesi et al., 2018a). Infatti per le persone introversive può risultare più facile mantenere le relazioni di amicizia e comunicare informazioni personali su sé stessi se la comunicazione è mediata dai social media, in quanto appunto le situazioni ansiogene vengono moderate da aspetti come l'asincronicità e la permanenza.

1.2. Le funzioni dei social media

I social media soddisfano l'esigenza del periodo adolescenziale di stabilire relazioni interpersonali per sviluppare la propria identità e regolare le proprie emozioni (Yau & Reich, 2018), poiché facilitano la possibilità di connettersi e relazionarsi online con i propri amici o altre persone. La comunicazione online consente infatti relazioni più frequenti e maggiori opportunità di ricevere e dare supporto sociale (Nesi et al., 2018a). I giovani hanno quindi la percezione di avere sempre qualcuno con cui poter parlare o

scambiare pensieri, senza dover attendere il momento in cui incontreranno di persona l'amico. Questa connessione con gli altri attraverso la conversazione online migliora la qualità del rapporto di amicizia e accresce il senso di vicinanza dell'altro. Oltre a mantenere in contatto gli amici tra loro, i social media possono favorire l'incontro tra persone che non si conoscono personalmente. Stringere un'amicizia che appartiene esclusivamente al mondo online amplia la cerchia di conoscenze di ogni individuo, consentendo di superare le barriere dell'incontro di persona. Queste relazioni online possono nascere all'interno di gruppi virtuali, in cui l'incontro avviene con persone che condividono interessi, opinioni e attività comuni (Boyd & Ellison, 2008). Le amicizie così create presentano delle caratteristiche differenti rispetto alle amicizie online tra persone che si conoscono nella vita reale (Nesi et al., 2018a).

Inoltre i social media offrono alle persone la possibilità di presentare sé stesse agli altri e di scambiare esperienze e pensieri con amici virtuali, attraverso la creazione di profili personali pubblici o semi-pubblici (Boyd & Ellison, 2008; Kircaburun, Alhabash, Tosuntaş & Griffiths, 2020; Yau & Reich, 2018). I profili fungono da auto-presentazione (Nesi et al., 2018b), cioè trasmettono un'immagine della persona che viene vista e giudicata da amici e conoscenti. L'auto-presentazione è accompagnata dalla visibilità, che accresce il confronto sociale con i pari, i quali cercano di raccogliere informazioni sui coetanei e allo stesso tempo di selezionare gli elementi da inserire in una presentazione di sé che gli consenta di ottenere apprezzamenti e "like". Lo status sociale è supportato dalla quantificabilità, in quanto sui social media chi presenta un maggior numero di "follower", "like" e commenti in genere presenta anche uno status percepito più elevato. Le persone cercano quindi di dare un'immagine di loro stessi che porti giudizi positivi e per farlo costruiscono dei profili ad hoc. La persona seleziona quello che deve dire e

pubblicare sui social media in modo da riflettere un sé conforme alle aspettative degli altri. Inoltre per dare maggiore credibilità e rafforzare il proprio status sociale online, alcune persone modificano e regolano i propri comportamenti offline al fine di ottenere benefici per la propria immagine virtuale. Questi aspetti di confronto e controllo personale incidono sul benessere individuale, portando a ruminazione e ad una diminuzione della soddisfazione della vita, poiché subentra una pressione per la gestione della relazione e il mantenimento della propria immagine.

1.3. L'uso problematico dei social media

La disponibilità ad essere sempre connessi attraverso i social media può in alcuni casi favorire un uso problematico di internet, che interferisce con la vita quotidiana, scolastica e lavorativa della persona (Stockdale & Coyne, 2020). La percentuale di utenti che fa un uso eccessivo dei social network è molto ridotta e coinvolge prevalentemente adolescenti e giovani adulti, in quanto sono i principali fruitori di questi canali comunicativi (Griffiths, Kuss, Demetrovics, Rosenberg & Feder, 2014; Stockdale & Coyne, 2020).

All'origine dell'uso problematico dei social media è spesso presente un tentativo di migliorare il proprio stato di benessere. Infatti le persone possono utilizzare i social media come strategie per far fronte a situazioni spiacevoli, alla presenza di umore negativo oppure per conformarsi alle norme sociali del gruppo di amici. L'utilizzo dei social per questo scopo può provocare un comportamento di eccesso nella fruizione di questi strumenti e consente alla persona di accrescere le proprie sensazioni positive, aumentando il proprio senso di autostima e migliorando la relazione online con i pari.

L'uso frequente dei social media però non offre solo la possibilità di migliorare e di esperire sensazioni di benessere, ma in alcuni casi può anche comportare degli effetti negativi per la vita quotidiana della persona.

Numerosi autori che hanno orientato i loro studi all'analisi e comprensione di questo fenomeno, hanno utilizzato la dipendenza dall'uso di sostanze e la dipendenza dal gioco su Internet per cercare di comprendere le caratteristiche e le possibili conseguenze dell'uso problematico dei social media. Secondo Griffiths (2014), le persone possono eccedere nella frequenza con cui utilizzano i social media, facendo sì che le attività online occupino una parte estesa del loro tempo e anche nei momenti in cui l'individuo non ha la possibilità di collegarsi ad internet il suo pensiero è comunque orientato ai social media. La difficoltà a distogliere l'attenzione da internet provoca innanzitutto un conflitto intrapsichico, dovuto alla sensazione di perdita di controllo sul proprio comportamento. La persona non si sente in grado di controllare questa compulsione e anche quando cerca di riequilibrarsi è facile che ricada in comportamenti di eccesso. Una strategia storicamente utilizzata per far fronte alla situazione creatasi potrebbe essere quella di togliere l'elemento disturbante dalla vita della persona (Griffiths et al., 2014), in modo da facilitare una diminuzione dei comportamenti di eccesso. Questa strategia però risulta inapplicabile per i social media, in quanto permeano la vita di ogni individuo e un loro totale inutilizzo potrebbe provocare l'esclusione dal gruppo di amici provocando conseguenze negative per il benessere psicologico della persona e per la sua rete di rapporti sociali.

Questo utilizzo disfunzionale dei social media preoccupa ricercatori e famigliari in quanto può ostacolare il vivere quotidiano della persona e deteriorare la sua rete sociale (Stockdale & Coyne, 2020; Xuan & Che Amat, 2020). La persona inizia a distrarsi

frequentemente e a prestare meno attenzione alle attività che sta svolgendo e anche nei momenti in cui non sta direttamente utilizzando internet il suo pensiero va ad esso. Questo può minare il rendimento scolastico o lavorativo della persona, determinando risultati peggiori che andranno ad incidere sul suo senso di benessere e la sua autostima. Inoltre c'è anche la possibilità che le relazioni sociali vengano ostacolate da un uso eccessivo dei social media. La persona potrebbe prestare meno attenzione alle proprie interazioni offline, prediligendo l'ambiente online. Questo implica che nel momento in cui si trova faccia a faccia con l'altro, potrebbe prestare meno interesse alla conversazione utilizzando i dispositivi tecnologici. È stato infatti dimostrato (Nesi et al., 2018a) che l'utilizzo del cellulare durante una conversazione con un amico riduce la qualità dell'interazione, in quanto viene meno il senso di intimità, connessione e condivisione di emozioni.

Inoltre il continuo accesso online può aumentare la probabilità di incorrere in episodi di vittimizzazione informatica che può causare conseguenze molto gravi sulla salute dell'individuo (Nesi et al., 2018b). La vittimizzazione online consiste in atti di aggressione che vengono compiuti online a danno di una vittima. Tali atti sono favoriti dall'ambiente virtuale, in quanto le caratteristiche dei social media consentono una maggior frequenza e immediatezza degli episodi, che raggiungono un pubblico molto ampio, mantenendo intatto l'anonimato di chi li compie. Date queste caratteristiche è possibile notare come sia difficile per la vittima sfuggire alla vittimizzazione, in quanto i social media facilitano una rapida diffusione delle informazioni ed inoltre non consentono alla vittima di scoprire la vera identità dell'aggressore.

Nonostante le criticità riscontrate riguardo ai social network è importante ricordare che questi strumenti non sono di per sé da demonizzare, in quanto è l'uso che ne viene fatto a determinare le potenzialità o gli eventuali pericoli. Infatti in base a come la persona

utilizza i social media è possibile che si verifichino situazioni spiacevoli e difficili oppure che si ottengano benefici sociali e personali.

1.4. Fattori di rischio implicati nell'uso eccessivo dei social media

L'uso problematico dei social media può essere causato da fattori individuali che predispongono la persona a compiere condotte di eccesso. Le persone che utilizzano i social media per regolare le proprie emozioni o per alleviare gli stati di solitudine (Kircaburun et al., 2020; Stockdale & Coyne, 2020; Xuan & Che Amat, 2020), hanno maggiori probabilità di farne un utilizzo anomalo. Infatti, nel tentativo di stare meglio, le persone passano sempre più tempo nelle attività online. Un altro fattore di rischio è costituito dalle persone che cercano nei social media un senso di appartenenza (Griffiths et al., 2014) oppure chi non si percepisce a proprio agio nelle relazioni di persona, come le persone introversive o ansiose (Kircaburun et al., 2020; Stockdale & Coyne, 2020), che possono quindi mostrare un utilizzo problematico dei social media. Le persone introversive presentano maggiori difficoltà d'interazione con gli altri e per questo tendono ad utilizzare i social come mezzo di comunicazione per instaurare relazioni amicali o di confronto sociale. Questo senso di sicurezza che la comunicazione online favorisce comporta che le persone timide ed introversive prediligano questa forma d'interazione. Le persone introversive iniziano a sentirsi accettate e abili all'interno della relazione online e ciò le stimola a farne un uso preferenziale rispetto alle interazioni di persona. Così facendo la preferenza per le interazioni online può andare a favorire un uso disfunzionale, anche se è da tener presente che questo non si verifica necessariamente in tutte le persone che utilizzano i social media a questo scopo.

Inoltre utilizzare i social media per instaurare un rapporto di amicizia, può migliorare l'autostima delle persone introversive implicando un conseguente aumento anche delle relazioni faccia a faccia. Alcuni autori hanno infatti messo in luce che interagire frequentemente online non preclude la possibilità di comunicare ed incontrarsi anche di persona, ma un maggiore utilizzo della comunicazione online spesso comporta un conseguente aumento anche della comunicazione faccia a faccia (Nesi et al., 2018a).

Oltre ai fattori individuali che predispongono ad un uso problematico dei social media, esistono anche diversi fattori di rischio che possono predire questa disfunzione. In primo luogo ci sono le motivazioni che spingono le persone ad utilizzare i social network per raggiungere alcuni specifici obiettivi (Bischof-Kastner et al., 2014; Stockdale & Coyne, 2020). Partendo dagli studi compiuti sul disturbo di abuso di sostanze, Cooper (Bischof-Kastner, Kuntsche & Wolstein, 2014) ha potuto costruire un modello che identifica quattro motivazioni che potrebbero causare un uso eccessivo dei social media. Le prime due motivazioni sono legate al concetto di benessere: la motivazione al miglioramento e la motivazione di coping. La motivazione al miglioramento spinge le persone ad utilizzare i social media per cambiare il proprio umore, così da accrescere le sensazioni positive, mentre la motivazione di coping riguarda i tentativi di far fronte e risolvere situazioni spiacevoli, che provocano stati interni negativi, attraverso i social. Le altre due motivazioni sono la motivazione sociale e la motivazione di conformità e fanno riferimento alla rete sociale dell'individuo. La motivazione sociale consiste nell'usare i social network per mantenere e migliorare la propria relazione con gli altri, mentre la motivazione di conformità è legata al concetto di pressione sociale: le persone tendono infatti ad utilizzare i social media perché temono l'esclusione e la disapprovazione da parte degli altri e quindi tendono a conformarsi.

In generale, la soddisfazione dei bisogni psicosociali e delle gratificazioni sociali (Sun & Zhang, 2021) incentivano gli utenti ad un uso più frequente di questi strumenti. L'eccessiva frequenza con cui le persone accedono ai social network è un ulteriore fattore di rischio per il comportamento di eccesso: più tempo le persone dedicano alle attività online maggiore è la probabilità di un utilizzo anomalo (Boyd & Ellison, 2008; Xuan & Che Amat, 2020).

Inoltre i social media possono venir utilizzati anche come forma d'intrattenimento (Stockdale & Coyne, 2020): le persone trascorrono il loro tempo libero sui social media raccogliendo informazioni, pubblicando nuovi contenuti e comunicando con gli amici. Trascorrere il proprio tempo sui social media può però togliere spazio ad hobby ed interessi (Griffiths et al., 2014), che l'individuo svolgerebbe nella vita reale.

L'uso problematico dei social media può venir favorito anche dalla pressione dei pari (Marino et al., 2016; Sun & Zhang, 2021). I legami sociali che fanno percepire un senso di comunità ed unione tra più individui, fanno sì che le amicizie esercitino una forte influenza sociale in vari contesti di vita della persona. L'influenza dei pari induce gli individui a imitare i coetanei e quindi a conformarsi alle norme sociali del gruppo. Sun & Zhang (2021) hanno osservato che anche nel caso in cui una persona (che non utilizza i social network) appartenga ad un gruppo in cui viene favorito l'uso dei social media, viene messo in atto lo stesso meccanismo di conformazione e quindi la persona tende a omologarsi alla norma sociale, interiorizzandola. Questo si verifica perché l'individuo teme l'esclusione dal gruppo o una qualche forma di discriminazione dai pari e per questo cerca di adattarsi alla norma.

Inoltre nella presente ricerca è stato individuato un altro potenziale fattore che può incentivare l'uso problematico dei social media, lo status sociale. Questo fattore consiste

nella posizione e nel ruolo che la persona ricopre all'interno del gruppo di amici e viene mantenuto o migliorato dalla persona attraverso la cura della propria immagine e al monitoraggio dei feedback che riceve dagli amici (Nesi et al., 2018a). Questa motivazione porta a dedicare molto tempo alla strutturazione e alla cura del profilo personale, che viene arricchito di informazioni che consentono alla persona di aumentare i propri "follower" e di ricevere apprezzamenti. Il lavoro di costruzione del proprio profilo occupa molto tempo e favorisce anche il confronto sociale con i profili dei propri amici, al fine di monitorare le attività degli altri e migliorare le proprie.

CAPITOLO II

ANALISI DELL'USO PROBLEMATICO DEI SOCIAL MEDIA

1. Introduzione

Il crescente aumento dell'utilizzo dei social media ha determinato l'esigenza di analizzare maggiormente questo strumento e le sue caratteristiche. Ad oggi i social media ricoprono un ruolo importante nella vita di adolescenti e giovani adulti, in quanto sono strumenti fondamentali di comunicazione e di interazione con amici e conoscenti (Boyd & Ellison, 2008; Griffiths et al., 2014; Kircaburun et al., 2020; Nesi et al., 2018a; Stockdale & Coyne, 2020). Oltre a ciò, le persone possono servirsi dei social media anche per diverse altre ragioni, come ad esempio ristabilire un umore positivo, percepire un senso di appartenenza o conformarsi alle norme sociali (Griffiths et al., 2014; Nesi et al., 2018b; Stockdale & Coyne, 2020; Sun & Zhang, 2021). Quindi i social media possono venir utilizzati dalla persona come strumenti per esperire sensazioni di benessere, comportando un miglioramento nelle sensazioni positive, nell'autostima e nel senso di appartenenza tra pari. Utilizzare i social media per queste ragioni può però portare a comportamenti di eccesso nell'utilizzo e seppur la persona trae beneficio dall'uso dei social media, alcuni aspetti della quotidianità e le interazioni di persona possono venir compromessi da questo uso problematico.

È su questo ultimo punto che si è concentrata questa ricerca, cercando di analizzare la relazione della persona con i social media ed individuando in particolare i fattori che generalmente aumentano la probabilità di un uso problematico di questi strumenti. Sulla base di quanto analizzato dalla letteratura precedente, i potenziali fattori di rischio che sono stati presi in considerazione sono: la frequenza con cui una persona

utilizza i social media, le motivazioni che spingono all'utilizzo dei social media e l'influenza delle norme dei pari circa l'uso dei social media. Tra questi è stato inserito un ulteriore possibile fattore come elemento di novità rispetto alla letteratura precedente: gli indicatori di status sociale. Questi indicatori rappresentano i feedback che la persona riceve dai propri "follower" e prendono forma attraverso "like", commenti e condivisioni dei messaggi pubblicati. L'interesse per gli indicatori di status sociale sui social media porta le persone a dedicare molta attenzione all'immagine che trasmettono agli altri, curando le informazioni e le fotografie che condividono nel loro profilo personale pubblico o semi-pubblico. Questo consente di ricevere apprezzamenti da conoscenti ed amici, ma allo stesso tempo richiede alla persona di dedicare molto tempo a questa attività, predisponendo ad un possibile comportamento di eccesso.

2. Le ipotesi della ricerca

Nel tentativo di indagare come i giovani adulti utilizzino i social media e come le relazioni tra pari vengano a modificarsi nell'interazione online, è stato distribuito un questionario in cui le persone dovevano indicare le loro abitudini quotidiane sui social media, in particolare sono state esaminate le modalità di utilizzo dei social media (frequenza di utilizzo, motivazioni che spingono all'uso, importanza per gli indicatori di status sociale), le modalità di comunicazione e relazione con le amicizie online (confronto sociale, supporto sociale e percezione delle caratteristiche della comunicazione online) e i fattori legati al benessere personale e soddisfazione nella vita. In particolare, attraverso gli aspetti indagati, si è cercato di approfondire il comportamento dei giovani adulti legato all'uso problematico dei social media, evidenziando la frequenza con cui questo comportamento si verifica e quali fattori possono determinarlo.

L'analisi della letteratura riguardo a questo tema evidenzia che la frequenza d'uso dei social media, le motivazioni sottostanti all'utilizzo e le norme di gruppo sono possibili fattori di rischio dell'uso problematico dei social media. Unitamente a questi, nella presente ricerca è stato ipotizzato che gli indicatori di status sociale presenti nei social media possono essere un ulteriore potenziale fattore di rischio per l'uso problematico di questi strumenti. L'attenzione attribuita per gli indicatori di status sociale da parte degli utenti porterebbe la persona a trascorrere molto tempo sui social media curando l'immagine di sé che presenta agli altri, in modo da elevare o mantenere la propria posizione sociale. Questa cura ed importanza per gli indicatori di status se molto elevata aumenterebbe la probabilità di incorrere in un utilizzo problematico dei social media.

Nelle pagine successive si cercherà di rispondere all'ipotesi su cui si basa la ricerca ed inoltre si cercherà di analizzare approfonditamente le relazioni dei potenziali fattori di rischio individuati con l'uso eccessivo dei social media, al fine di mettere in evidenza quali fattori predicono meglio questo comportamento.

3. Metodo

3.1. Partecipanti

La presente ricerca è stata rivolta a giovani adulti tra i 18 ed i 30 anni e si è interamente svolta online attraverso l'ausilio proprio dei social media, che hanno consentito una maggiore diffusione del questionario. Le persone che hanno acconsentito a partecipare sono state in tutto 216 ma, tra queste, 37 non hanno concluso la procedura di compilazione del questionario. Dai dati ottenuti dai questionari validi sappiamo il genere e l'età di 153 partecipanti (40 maschi e 113 femmine; $M_{età} = 24.33$, $ds = 2.50$). All'interno della ricerca è stato accettato un partecipante che presentava 31 anni.

3.2. Strumenti

3.2.1. Social media disorder scale

La Social Media Disorder Scale (SMD) (Van den Eijnden, Lemmens & Valkenburg, 2016) è stata strutturata per analizzare il comportamento relativo all'uso problematico dei social media. La scala originale è stata costruita a partire dall'analisi dei criteri diagnostici delle dipendenze e del disturbo da gioco su Internet ed è costituita da 27 item suddivisi in nove macrocategorie (preoccupazione, tolleranza, rinuncia, persistenza, spostamento, problemi, inganno, fuga e conflitto), che costituiscono i criteri per individuare l'uso anomalo dei social media. Nella presente ricerca è stata utilizzata una versione alternativa della scala originale, definita scala breve e costituita da soli 9 item, ciascuno appartenente ad ognuna delle nove macrocategorie evidenziate. Esempi di item utilizzati sono: "Ti sei accorto di non poter pensare ad altro che al momento in cui avresti potuto usare i social media?", "Ti sei sentito spesso dispiaciuto quando non potevi usare i social media?", "Hai trascurato spesso altre attività (ad esempio hobby e sport) perché volevi usare i social media?" e "Hai avuto seri conflitti con i tuoi genitori, fratelli o sorelle a causa del tuo uso dei social media?". I partecipanti dovevano indicare su una scala Likert a cinque punti quanto spesso si erano verificate nel precedente anno le situazioni descritte nelle domande. Nella scala il numero 1 corrispondeva a "mai", il 2 a "raramente", il 3 a "di tanto in tanto", il 4 a "piuttosto spesso" ed il 5 a "molto spesso".

Il punteggio complessivo della scala è stato calcolato facendo la media tra tutti gli item e il risultato forniva il punteggio riguardo alla gravità dell'uso problematico dei social media, maggiore era il punteggio e più la persona mostrava un comportamento di eccesso. L'Alfa di Cronbach della scala è .79 ed indica una buona affidabilità dei punteggi della scala.

3.2.2. *Internet Motive Questionare for Adolescent*

L'Internet Motive Questionare for Adolescent (IMQ-A) è una scala strutturata da Bischof-Kastner, Kuntsche e Wolstein (2014) per analizzare le motivazioni che sottostanno ad un uso problematico di Internet da parte degli adolescenti. È costituita da 16 item suddivisi in quattro sottoscale, strutturate ognuna da 4 item. La prima sottoscala è quella delle motivazioni al miglioramento ed indaga i motivi che spingono la persona a cercare un cambiamento positivo del proprio umore. Alcuni esempi di item utilizzati sono: "Perché ti fa sentire bene" e "Perché è eccitante". La seconda sottoscala è quella delle motivazioni di coping e si riferisce all'uso di internet come strumento per trovare una soluzione a situazioni e stati negativi della persona. Alcuni item usati sono: "Per dimenticare le preoccupazioni" e "Perché ti aiuta quando ti senti depresso/a o irritato/a". La terza sottoscala è quella delle motivazioni sociali, cioè i social media sono utilizzati per mantenersi in contatto con amici. Alcuni item di questa sottoscala sono: "Perché è divertente essere in contatto con gli altri" e "Per condividere un'occasione speciale con gli amici". Infine l'ultima sottoscala si riferisce alle motivazioni di conformità, che consistono nell'usare Internet per adeguarsi alla norma sociale. Alcuni esempi di item sono: "Perché i tuoi amici ti hanno fatto pressione" e "Perché ti piacerebbe appartenere ad un certo gruppo di amici". In tutte le sottoscale, i partecipanti hanno risposto facendo riferimento ad una scala Likert a cinque punti, in cui il numero 1 corrispondeva a "quasi mai", il 2 a "qualche volta", il 3 a "circa la metà delle volte", il 4 a "spesso" ed il 5 "quasi sempre o sempre".

Il punteggio complessivo di ogni sottoscala è stato calcolato facendo la media degli item appartenenti ad ogni sottoscala. Ciò ha consentito di avere quattro punteggi, ognuno dei quali esprime la frequenza con cui la persona utilizza una motivazione

piuttosto che un'altra per utilizzare i social media ($\alpha = .61$ per motivazioni al miglioramento; $\alpha = .91$ per motivazioni di coping; $\alpha = .77$ per motivazioni sociali; $\alpha = .65$ per motivazioni di conformazione).

3.2.3. *Importance of Online Status Indicators*

La scala Importance of Online Status Indicators (IOSI) (Nesi & Prinstein, 2019) è una sottoscala composta da soli due item che cercano di valutare l'importanza che le persone danno agli indicatori di status sui social media, come "like" e commenti. I due item sono "Penso che sia importante avere molti follower o amici sui social media" e "Penso che sia importante ricevere "like" o commenti alle cose che posto". Le risposte sono strutturate su una scala Likert a cinque punti, in cui il numero 1 corrisponde a "per niente vero per me", il 2 a "poco vero per me", il 3 ad "abbastanza vero per me", il 4 a "molto vero per me" ed il 5 a "completamente vero per me". Il punteggio della sottoscala si ottiene facendo la media tra i due item e il risultato così ottenuto permette di comprendere il grado di interesse di una data persona per gli indicatori di status sociale: più il punteggio è elevato e maggiore è l'importanza che viene attribuita ad essi.

3.2.4. *Frequenza di utilizzo*

La frequenza di utilizzo (Marino et al., 2016; Siciliano et al., 2015) è una misura che indaga quante volte vengono utilizzati i social media in un giorno infrasettimanale. È composta da un singolo item, che è "Quanto spesso usi i social media in un giorno infrasettimanale?", a cui il partecipante doveva rispondere facendo riferimento ad una scala Likert a cinque punti, in cui il numero 1 corrisponde a "mai", il 2 a "raramente", il 3 a "di tanto in tanto", il 4 a "piuttosto spesso" ed il 5 a "molto spesso". Il punteggio dell'item corrisponde al valore associato alla risposta che viene fornita, un valore pari a

5 indica che la persona utilizza molto frequentemente i social media in un giorno infrasettimanale, mentre un valore pari ad 1 indica che la persona non utilizza mai i social media.

3.2.5. *Norme del gruppo*

La Scala relativa alle norme del gruppo dei pari (Dholakia et al., 2004; Marino et al., 2016) indaga l'importanza per la persona della norma di gruppo relativa all'utilizzo dei social media. Questa scala è strutturata da 4 item, che sono: "I miei amici/amiche pensano che dovrei usare tanto i social media", "I miei amici/amiche si aspettano che anche io usi tanto i social media", "Se non usassi tanto i social media sarei escluso dal gruppo dei miei amici" e "Per i miei amici/amiche è importante che tutti noi usiamo tanto i social media". Le risposte sono strutturate su una scala Likert a cinque punti, con il numero 1 corrispondente a "per niente", il 2 a "poco", il 3 ad "abbastanza", il 4 a "molto" ed il 5 a "moltissimo". Il punteggio è ottenuto facendo la media degli item ed indica la percezione che la persona ha della norma del gruppo di pari, più è alto il punteggio e più la persona percepisce che la norma sociale dell'uso dei social media è rilevante per sé stessa. L'Alfa di Cronbach della scala è pari a .76.

3.3. Procedura

Il questionario è stato distribuito attraverso i social media inviando un messaggio pubblico o privato a singole persone e a gruppi. I partecipanti sono stati contattati attraverso Facebook, Instagram, Whatsapp e Telegram e nel messaggio a loro inviato sono state fornite indicazioni generali riguardo la ricerca, i requisiti per la partecipazione e il link al questionario con la richiesta di compilazione. Il questionario poteva venir

compilato sia attraverso smartphone sia mediante Personal Computer e prima di iniziare la compilazione alla persona venivano fornite delle indicazioni generali riguardo allo scopo della ricerca e gli veniva chiesto di esprimere il consenso alla partecipazione. Solo dopo aver accettato di aderire alla ricerca, la persona poteva iniziare la compilazione del questionario che durava complessivamente venti minuti. Le prime compilazioni sono avvenute ad Aprile 2021 e si sono concluse a Dicembre dello stesso anno con 216 questionari compilati; di questi 37 questionari sono risultati incompleti e per questo sono stati esclusi dall'insieme di dati.

4. Risultati

4.1. Analisi descrittive sul campione e sulle variabili d'interesse

Al fine di comprendere il comportamento medio dei giovani adulti sui social media sono state condotte delle analisi descrittive delle variabili oggetto di ricerca. Innanzitutto è stato osservato che la frequenza con cui le persone utilizzano i social media in un giorno infrasettimanale oscillava da un valore minimo di 3 ad un massimo di 5, con media che si è attestata a 4.25 ($ds = .66$). Il comportamento legato all'uso problematico dei social media presentava media di 1.60 ($ds = .52$), mostrando una bassa tendenza a mettere in atto questo comportamento. Inoltre per quanto riguarda le motivazioni che spingono all'uso dei social media è emerso che quella maggiormente utilizzata è la motivazione sociale ($M = 3.01$, $ds = .64$), a seguire ci sono la motivazione al miglioramento ($M = 2.1$, $ds = .94$) e la motivazione di coping ($M = 2.0$, $ds = 0.99$) e poi la motivazione di conformità ($M = 1.45$, $ds = 0.56$). Infine si è voluto osservare quali erano i social media tipicamente usati dai partecipanti ed è emerso che i primi tre più

utilizzati sono Whatsapp, Instagram e Youtube ($f_{\text{whatsapp}} = 177$; $f_{\text{instagram}} = 158$; $f_{\text{youtube}} = 132$).

4.2. Analisi di Correlazione sulle variabili di interesse

In questa sezione vengono messi in luce i risultati (consultabili nella tabella 1) ottenuti dalle analisi di correlazione tra le scale e sottoscale delle variabili prese in esame nella ricerca, al fine di indagare la relazione tra di esse. In particolare nell'interpretazione ci siamo concentrati sui risultati relativi alla relazione tra la scala sull'uso problematico dei social media ed i potenziali fattori di rischio che predicano il nascere di questo uso eccessivo.

Analizzando la frequenza con cui le persone utilizzano i social media in un giorno infrasettimanale (FREQ) è stata mostrata una relazione significativa e positiva con l'uso problematico dei social media ($r = .20$, $p = .008$), anche se la forza del legame tra i due è debole. Successivamente sono state prese in esame le quattro sottoscale relative alle motivazioni dell'uso dei social media (IMQ-A) ed è stata valutata la loro relazione con la scala dell'uso problematico dei social media. La correlazione è risultata significativa e positiva per tutte e quattro le scale, in particolare con la motivazione di coping ($r = .56$, $p < .001$) con cui è presente un legame abbastanza forte. Un'ulteriore relazione analizzata è quella con le norme dei pari riguardo l'uso dei social media (NORM), la relazione tra le norme e l'uso problematico dei social media è risultata significativa e positiva, anche se il legame risulta debole ($r = .27$, $p < .001$). Inoltre è stata calcolata la correlazione con l'importanza attribuita agli indicatori di status sociale dalle persone (IOISI), dove è stata osservata una correlazione significativa e positiva tra le due scale ($r = .33$, $p < .001$).

Infine sono state correlate anche genere ed età con l'uso problematico dei social media e sono emerse delle relazioni negative ma non significative.

I risultati ottenuti da queste correlazioni hanno permesso di osservare quali variabili hanno un legame più forte con l'uso problematico dei social media e che tipo di relazione esiste tra i potenziali fattori di rischio tra loro.

Tabella 1. Analisi delle correlazioni tra le variabili prese in esame nella ricerca

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Uso problematico social media	/									
2. Motivazioni di miglioramento	0.37***	/								
3. Motivazioni di coping	0.56***	0.36***	/							
4. Motivazioni sociali	0.30***	0.37***	0.29***	/						
5. Motivazioni di conformità	0.43***	0.32***	0.37***	0.32***	/					
6. Indicatori di status sociale	0.33***	0.39***	0.19*	0.21**	0.36***	/				
7. Norme sociali dei pari	0.27***	0.18*	0.32**	0.17*	0.26***	0.13	/			
8. Frequenza uso social media	0.2**	0.23**	0.19*	0.13	0.20**	0.08	0.07	/		
9. Genere	-0.08	-0.11	-0.16	-0.21**	-0.13	-0.07	0.01	-0.02	/	
10. Età	-0.01	-0.06	-0.12	-0.06	-0.14	-0.07	-0.09	-0.02	0.24**	/

Note: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

4.3. Analisi di Regressione sull'uso problematico dei social media

Per cercare di analizzare più approfonditamente la relazione tra l'uso problematico dei social media e i potenziali fattori di rischio indagati attraverso le correlazioni, è stata eseguita un'analisi di regressione con modello a più predittori, che presentava come variabile dipendente l'uso problematico dei social media, mentre come predittori sono stati inseriti: la frequenza d'uso dei social media, le quattro motivazioni all'uso dei social media, le norme dei pari per l'uso dei social media, l'importanza per gli indicatori di status sociale, il genere e l'età dei partecipanti. Per l'analisi è stato utilizzato il metodo di regressione Stepwise in modo da includere nel modello solo i predittori che forniscono un contributo significativo alla spiegazione dell'uso problematico dei social media. Dall'analisi è emerso che l'uso problematico dei social media è predetto significativamente dalla motivazione di coping ($\beta = .47, p < .001$), dalla motivazione di conformità ($\beta = .16, p < .01$) e dall'importanza per gli indicatori di status sociale ($\beta = .19, p < .05$). I valori Beta dei tre predittori sono risultati positivamente associati con la variabile dipendente ed inoltre è possibile osservare che la motivazione di coping è il predittore che esercita maggiore influenza sull'uso problematico dei social media. Il valore dell'indice R^2 del modello è di .40, quindi il 40% della varianza nei punteggi relativi all'uso problematico dei social media è spiegata dall'insieme di motivazioni di coping, motivazioni di conformità ed importanza per gli indicatori di status sociale. Le analisi dettagliate e i Beta relativi ad ogni variabile sono osservabili nella Tabella 2.

Tabella 2. Analisi di regressione riguardo l'uso problematico dei social media

	Uso problematico dei social media		
	R ²	F	β
Modello	0.40	33.04***	
Genere			0.02
Età			0.08
Motivazioni al miglioramento			0.09
Motivazioni di coping			0.47***
Motivazioni sociali			0.07
Motivazioni di conformità			0.16*
Frequenza d'uso			0.06
Norme sociali			0.08
Indicatori di status sociale			0.19**

Note: * $p < .05$; ** $p < .001$; *** $p < .001$

CAPITOLO III

DISCUSSIONE

Nella presente ricerca si è cercato di approfondire la conoscenza riguardo all'utilizzo problematico dei social media da parte dei giovani adulti, analizzando i possibili fattori di rischio che porterebbero a questo uso anomalo. Attraverso l'analisi della letteratura è stato possibile individuare alcuni di questi potenziali fattori di rischio nelle motivazioni che spingono le persone all'uso dei social media, nelle norme sociali dei pari riguardo all'utilizzo di questi strumenti e nella frequenza con cui la persona utilizza i social media. Oltre a questi, sono stati inoltre presi in considerazione anche gli indicatori di status sociale ("like", "follower" e commenti) presenti nei social media, ipotizzando che l'importanza attribuita dalle persone a questi indicatori possa modificare le modalità di utilizzo dei social media, portando ad un uso più frequente di questi strumenti. Tutti questi ipotetici fattori di rischio sono poi stati esaminati al fine di comprendere quali possono spiegare più adeguatamente l'insorgenza dell'uso problematico.

Le prime analisi sono state orientate allo studio della frequenza con cui si verifica l'uso problematico dei social media nel campione di riferimento ed è emerso che il valore medio relativo alla variabile di uso problematico nel nostro campione era molto basso, indicando in generale una tendenza ad un uso non problematico da parte dei giovani adulti che hanno partecipato. Il risultato così ottenuto è coerente con le ricerche precedenti (Griffiths et al., 2014; Stockdale & Coyne, 2020), in cui era stato messo in evidenza che l'utilizzo eccessivo dei social media coinvolge una piccola porzione di persone rispetto al numero totale di utenti che disponeva di questi strumenti.

In seguito l'attenzione e l'analisi si è orientata all'approfondimento della conoscenza dei fattori di rischio e della loro relazione con l'uso eccessivo dei social media. Innanzitutto si è potuto osservare, grazie alle analisi di correlazione, che le relazioni tra ciascun potenziale fattore di rischio e l'uso problematico risultano tutte significative e positive: questo suggerisce che all'aumentare di un fattore di rischio aumenterebbe anche la probabilità di espressione di un uso problematico dei social media. Dall'analisi di queste relazioni è emerso che esistono delle differenze riguardo l'intensità del legame, che indica quanto ciascun fattore determina l'uso problematico. Alcuni fattori di rischio presentano una relazione moderata con l'uso eccessivo dei social media, cioè ciascun fattore preso singolarmente spiegherebbe in modo limitato la manifestazione di questo comportamento, mentre sono presenti due variabili che si discostano particolarmente dalle altre presentando un'intensità di legame molto più forte. Mi riferisco alla motivazione di coping e alla motivazione di conformità, che presentano degli indici di Pearson più alti rispetto alle altre variabili analizzate, suggerendo l'esistenza di un legame abbastanza forte con l'uso problematico dei social media. Inoltre la frequenza con cui la persona utilizza i social in un giorno infrasettimanale è risultata come l'elemento con l'intensità di legame più debole con l'uso problematico dei social media. Questo dato mette in luce che la frequenza d'uso dei social media può determinare l'insorgenza di un uso eccessivo di questi strumenti, ma che la sua influenza seppur significativa e positiva è debole. Infatti nella successiva analisi di regressione il legame tra i due elementi diventerà molto piccolo e non significativo.

I risultati ottenuti dalle correlazioni mostrano che i fattori di rischio che possono determinare un uso problematico dei social media sono molteplici e che non esiste un unico fattore determinante. Ciò è coerente con la letteratura precedente (Griffiths et al.,

2014; Kircaburun et al., 2020; Stockdale & Coyne, 2020; Sun & Zhang, 2021; Xuan & Che Amat, 2020), che ha messo in luce l'esistenza di diversi potenziali fattori di rischio implicati nell'uso problematico. Inoltre i risultati sottolineano l'importanza delle motivazioni di coping e delle motivazioni di conformità nel verificarsi dell'uso problematico dei social media. Questo dato è interessante in quanto sottolinea il fatto che l'uso problematico origina prevalentemente da motivazioni che spingono la persona ad utilizzare i social media per raggiungere uno stato di benessere personale o di accettazione da parte dei pari. Oltre a questo, è emersa anche l'esistenza di una relazione significativa e positiva tra gli indicatori di status sociale sui social media e l'uso problematico, mostrando che gli indicatori di status sociale possono contribuire a sviluppare un comportamento problematico di utilizzo dei social media. Questa relazione è stata poi indagata meglio con le analisi di regressione in modo da conoscere più approfonditamente la forza della relazione.

L'analisi di regressione, che è stata eseguita per comprendere in modo più chiaro la relazione tra l'uso problematico dei social media e i fattori di rischio individuati, ha messo in luce che le motivazioni di coping, le motivazioni di conformità e gli indicatori di status sociale sono i tre elementi che spiegano con maggiore probabilità l'insorgenza di uso problematico dei social media. Dall'analisi è emerso che, tra i tre, l'elemento che si distingue particolarmente per significatività è la motivazione di coping, che presenta il valore Beta più alto rispetto a quelli degli altri due fattori. Questo dato indicherebbe che l'uso problematico dei social media ha maggiore probabilità di verificarsi se la persona utilizza questi strumenti per far fronte a situazioni spiacevoli e stati negativi. Ciò è conforme con quanto detto dalla letteratura precedente in cui si sottolinea che l'utilizzo dei social media con l'obiettivo di trarre un beneficio per situazioni o sensazioni

spiacevoli può portare ad un uso anomalo di quest'ultimo (Bischof-Kastner et al., 2014), ma allo stesso tempo la ricerca mette in evidenza che questo fattore è particolarmente importante e da tenere in considerazione perché influisce e si discosta maggiormente rispetto agli altri fattori di rischio nel determinare l'uso problematico dei social media. Inoltre dalle analisi sui dati dei questionari è stato rilevato che le motivazioni di coping o conformità sono indicate dalle persone meno frequentemente come motivazioni per giustificare il loro utilizzo dei social media. Questo dato, unitamente all'importanza delle motivazioni di coping nel determinare l'uso problematico dei social media, sembra poter spiegare come mai l'uso problematico dei social media ha un'incidenza così bassa nel campione analizzato.

Infine i risultati dell'analisi di regressione hanno messo in luce che esiste una discreta capacità predittiva degli indicatori di status sociale online come ipotetici fattori di rischio, confermando l'ipotesi formulata ed indagata nella ricerca e introducendo la possibilità di un ulteriore elemento ancora poco o per nulla analizzato dalla letteratura su questo tema. L'interesse della persona per il mantenimento o la costruzione di un'immagine positiva di sé tra i pari e l'ottenimento di feedback positivi dai propri amici online, sembra quindi motivare l'individuo ad utilizzare i social media per curare il proprio profilo personale, aumentando però la probabilità di incorrere in un uso problematico di questi strumenti.

Al fine di comprendere più correttamente i dati raccolti dalle analisi fatte sui questionari, bisogna considerare che la ricerca presenta alcuni limiti. Innanzitutto la numerosità del campione risulta esigua e non sufficiente a poter generalizzare i dati a tutta la popolazione, ma è solo possibile fare delle stime approssimative senza poter avere la certezza che questi dati riflettano in modo affidabile ciò che accade nella popolazione.

Inoltre è presente anche un'asimmetria nel genere dei partecipanti, con prevalenza di donne rispetto agli uomini. A causa di questi limiti risulta necessario eseguire ulteriori ricerche su questo tema a conferma dei risultati trovati e per approfondire la conoscenza del rapporto degli indicatori di status sociale con l'uso problematico dei social media.

1. Prevenzione e intervento dell'uso problematico dei social media

Nonostante l'incidenza molto bassa dell'uso problematico dei social media tra i giovani adulti, può essere necessario mettere in atto delle azioni di prevenzione e di intervento per aiutare i ragazzi che presentano questo comportamento. Basandosi sui risultati emersi dalla ricerca, pare chiaro che le motivazioni di coping sono un fattore di rischio importante e da tenere in considerazione quando si parla di uso problematico dei social media, in quanto sembrano incidere molto nella determinazione e manifestazione di questo comportamento. Per questo può essere necessario intervenire per offrire al ragazzo delle strategie alternative rispetto all'utilizzo dei social media, come ad esempio il coping e il problem-solving, per far fronte alle situazioni stressanti e cariche di emozioni negative che si trova a dover affrontare. Con strategie di coping e di problem-solving si intendono alcune capacità che l'individuo possiede ed utilizza per affrontare agenti stressanti, problemi personali e relazionali (Bonino & Cattelino, 2008). Lo sviluppo di queste strategie può essere inteso sia in un'ottica preventiva, aiutando i ragazzi già da molto giovani ad acquisire queste capacità così da metterle in atto all'occorrenza, oppure in un'ottica di aiuto, cioè assistendo il ragazzo nell'acquisizione ed utilizzo graduale di queste capacità in modo da sostituire l'uso dei social media per affrontare le situazioni negative.

Una modalità d'intervento per favorire l'acquisizione di queste strategie può consistere nella strutturazione di un breve percorso educativo, caratterizzato da alcuni incontri orientati al potenziamento di alcune life skills (tra cui coping e problem-solving) nei bambini e ragazzi. Questo percorso potrebbe svolgersi a scuola all'interno del percorso didattico con l'intervento di una figura professionale, che in collaborazione con gli insegnanti struttura delle lezioni ed attività orientate all'acquisizione delle life skills come fattori di protezione per comportamenti a rischio, tra cui l'uso problematico dei social media.

Le life skills sono molteplici ed oltre al coping e al problem-solving ne esistono diverse altre che possono intervenire per ridurre la possibilità di incorrere in un utilizzo problematico dei social media. Tra queste ci sono l'autoefficacia regolatoria (Bonino & Cattelino, 2008), che consente al ragazzo di preservare la propria autonomia nel prendere le decisioni senza assoggettarsi alle influenze derivanti dal gruppo dei pari e l'autocoscienza, cioè la "conoscenza di sé stessi" (Bonino & Cattelino, 2008) che consiste nel comprendere i propri bisogni, idee, difficoltà e punti di forza. Lo sviluppo di queste due abilità potrebbe contribuire a contrastare le sottostanti motivazioni di conformità che inducono l'uso problematico dei social media, dando all'individuo la capacità di resistere alla pressione dei pari.

I vantaggi legati all'acquisizione delle life skills riguardano la possibilità per il ragazzo di fronteggiare in modo più adattivo le problematiche che nella vita si trova a dover affrontare e la possibilità di applicare quanto appreso a diversi ambiti e contesti di vita e non strettamente all'uso dei social media, offrendo al ragazzo delle competenze trasversali in più ambiti e contesti.

CONCLUSIONE

La conclusione che si possono trarre dalle analisi compiute sui dati è che i social media non sono di per sé strumenti che portano sempre ad un uso problematico, ma sono le motivazioni ed intenzioni della persona a determinare l'uso che ne verrà fatto. Inoltre è stato messo in luce che non esiste un unico fattore di rischio che determina un comportamento anomalo, ma questo comportamento è generato da un insieme di elementi che esercitano in modo diverso la loro influenza e possono spingere la persona ad utilizzare i social media in modo eccessivo. Riguardo a ciò, la presente ricerca ha sottolineato il fatto che il tentativo della persona, legato alle motivazioni di coping, di usare i social media per sottrarsi a situazioni spiacevoli e percepire una sensazione di beneficio sembra essere molto rilevante nel predire l'uso problematico e per questo potrebbe essere un elemento da tenere sotto controllo quando ci si trova di fronte a comportamenti di uso eccessivo dei social media messi in atto da una persona.

Inoltre le analisi hanno permesso di confermare l'ipotesi studiata nella ricerca, mettendo in luce che gli indicatori di status sociale online possono esercitare un'influenza nel determinare l'uso problematico sui social media. Questo risultato si lega alla letteratura precedente sul tema e presenta gli indicatori di status sociale online come un nuovo elemento che può rendere problematica la relazione della persona con i social media. Per approfondire meglio questo potenziale fattore di rischio risulta però necessario condurre ulteriori studi, che indaghino la forza e le modalità di interazione con l'uso problematico dei social media, così da avere un quadro più chiaro e generalizzabile dei risultati.

BIBLIOGRAFIA

- Bischof-Kastner, C., Kuntsche, E., & Wolstein, J. (2014). Identifying Problematic Internet Users: Development and Validation of the Internet Motive Questionnaire for Adolescents (IMQ-A). *Journal of Medical Internet Research*, 16(10), e3398. <https://doi.org/10.2196/jmir.3398>
- Bonino, S., & Cattellino, E. (2008). *La prevenzione in adolescenza* (le Guide). Erickson.
- Boyd, D. m., & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210–230.
- Bukowski, W. M., Hoza, B., & Boivin, M. (1994). Measuring Friendship Quality During Pre- and Early Adolescence: The Development and Psychometric Properties of the Friendship Qualities Scale. *Journal of Social and Personal Relationships*, 11(3), 471–484. <https://doi.org/10.1177/0265407594113011>
- Choukas-Bradley, S., Nesi, J., Widman, L., & Galla, B. M. (2020). The Appearance-Related Social Media Consciousness Scale: Development and validation with adolescents. *Body Image*, 33, 164–174. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.017>
- Dholakia, U. M., Bagozzi, R. P., & Pearo, L. K. (2004). A social influence model of consumer participation in network- and small-group-based virtual communities. *International Journal of Research in Marketing*, 21(3), 241–263. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2003.12.004>
- Fioravanti, G., Dèttore, D., & Casale, S. (2012). Adolescent Internet Addiction: Testing the Association Between Self-Esteem, the Perception of Internet Attributes, and Preference for Online Social Interactions. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(6), 318–323. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0358>

- Furlong, M. J., You, S., Shishim, M., & Dowdy, E. (2017). Development and Validation of the Social Emotional Health Survey–Higher Education Version. *Applied Research in Quality of Life*, *12*(2), 343–367. <https://doi.org/10.1007/s11482-016-9464-9>
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., & Demetrovics, Z. (2014). Social Networking Addiction: An Overview of Preliminary Findings. In K. P. Rosenberg & L. C. Feder (A c. Di), *Behavioral Addictions* (pagg. 119–141). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-407724-9.00006-9>
- Ihssen, N., & Wadsley, M. (2021). A reward and incentive-sensitization perspective on compulsive use of social networking sites – Wanting but not liking predicts checking frequency and problematic use behavior. *Addictive Behaviors*, *116*, 106808. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106808>
- Joseph, S., Linley, P. A., Harwood, J., Lewis, C. A., & McCollam, P. (2004). Rapid assessment of well-being: The Short Depression-Happiness Scale (SDHS). *Psychology and Psychotherapy: Theory, Research and Practice*, *77*(4), 463–478. <https://doi.org/10.1348/1476083042555406>
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2020). Uses and Gratifications of Problematic Social Media Use Among University Students: A Simultaneous Examination of the Big Five of Personality Traits, Social Media Platforms, and Social Media Use Motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, *18*(3), 525–547. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9940-6>
- Langher, V., Caputo, A., Giacchetta, A., Nannini, V., Sollazzo, F., Medde, P., Orsi, G., & Piccinini, N. (2019). Which affects affect the use of new technologies? Italian adaptation of the internet motive questionnaire for adolescents (IMQ-A) and criterion validity with

problematic use and body dissatisfaction. *Psihologija*, 52, 3–3.
<https://doi.org/10.2298/PSI181119003L>

Maheux, A. J., Evans, R., Widman, L., Nesi, J., Prinstein, M. J., & Choukas-Bradley, S. (2020). Popular peer norms and adolescent sexting behavior. *Journal of Adolescence*, 78, 62–66.
<https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2019.12.002>

Marino, C., Vieno, A., Pastore, M., Albery, I. P., Frings, D., & Spada, M. M. (2016). Modeling the contribution of personality, social identity and social norms to problematic Facebook use in adolescents. *Addictive Behaviors*, 63, 51–56.
<https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.07.001>

Markiewicz, D., Brendgen, M., Markiewicz, D., Doyle, A. B., & Bukowski, W. M. (2001). The Relations Between Friendship Quality, Ranked-Friendship Preference, and Adolescents' Behavior With Their Friends. *Merrill-Palmer Quarterly*, 47(3), 395–415.

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., Choukas-Bradley, S., & Prinstein, M. J. (2018b). Transformation of Adolescent Peer Relations in the Social Media Context: Part 2—Application to Peer Group Processes and Future Directions for Research. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 21(3), 295–319. <https://doi.org/10.1007/s10567-018-0262-9>

Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2019). In Search of Likes: Longitudinal Associations Between Adolescents' Digital Status Seeking and Health-Risk Behaviors. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 48(5), 740–748.
<https://doi.org/10.1080/15374416.2018.1437733>

- Noon, E. (2018). *Social network sites, social comparison, and adolescent identity development: A small-scale quantitative study.*
- Oh, H. J., Ozkaya, E., & LaRose, R. (2014). How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction. *Computers in Human Behavior, 30*, 69–78. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.053>
- Prinstein, M. J., & Giletta, M. (2020). Future Directions in Peer Relations Research. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology, 49*(4), 556–572. <https://doi.org/10.1080/15374416.2020.1756299>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior, 29*(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Siciliano, V., Bastiani, L., Mezzasalma, L., Thanki, D., Curzio, O., & Molinaro, S. (2015). Validation of a new Short Problematic Internet Use Test in a nationally representative sample of adolescents. *Computers in Human Behavior, 45*, 177–184. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.097>
- Spitzer, R. L., Kroenke, K., Williams, J. B. W., & Löwe, B. (2006). A Brief Measure for Assessing Generalized Anxiety Disorder: The GAD-7. *Archives of Internal Medicine, 166*(10), 1092–1097. <https://doi.org/10.1001/archinte.166.10.1092>
- Stockdale, L. A., & Coyne, S. M. (2020). Bored and online: Reasons for using social media, problematic social networking site use, and behavioral outcomes across the transition from adolescence to emerging adulthood. *Journal of Adolescence, 79*, 173–183. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2020.01.010>

- Sun, Y., & Zhang, Y. (2021). A review of theories and models applied in studies of social media addiction and implications for future research. *Addictive Behaviors, 114*, 106699. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106699>
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2006). *Perceptions of online communication*. <https://www.ccam-scor.nl/perceptions-of-online-communication>
- Van den Eijnden, R. J. J. M., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The Social Media Disorder Scale. *Computers in Human Behavior, 61*, 478–487. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>
- Xuan, Y., & Che Amat, M. (2020). *Social media addiction and young people: A systematic review of literature*. *7*, 537–541. <https://doi.org/10.31838/jcr.07.13.97>
- Yang, C., Holden, S. M., & Carter, M. D. K. (2018). Social Media Social Comparison of Ability (but not Opinion) Predicts Lower Identity Clarity: Identity Processing Style as a Mediator. *Journal of Youth and Adolescence, 47*(10), 2114–2128. <https://doi.org/10.1007/s10964-017-0801-6>
- 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>
- Zhang, F., You, Z., Fan, C., Gao, C., Cohen, R., Hsueh, Y., & Zhou, Z. (2014). Friendship quality, social preference, proximity prestige, and self-perceived social competence: Interactive influences on children's loneliness. *Journal of School Psychology, 52*(5), 511–526. <https://doi.org/10.1016/j.jsp.2014.06.001>
- Zych, I., Ortega-Ruiz, R., & Marín-López, I. (2017). Emotional content in cyberspace: Development and validation of E-motions Questionnaire in adolescents and young people. *Psicothema, 29*(4), 563–569. <https://doi.org/10.7334/psicothema2016.340>

RINGRAZIAMENTI

Innanzitutto vorrei ringraziare il Professor Gini, mio relatore e la Dottoressa Angelini per la preziosa guida e la grande disponibilità offertomi durante questo percorso conclusivo di preparazione e scrittura della Tesi di Laurea.

Ringrazio i miei genitori e mia sorella che mi hanno sempre sostenuta, ascoltata ed incoraggiata a realizzare i miei obiettivi, permettendomi di essere sempre me stessa e di credere in me.

Ringrazio Davide che mi ha accompagnato in questo percorso universitario, condividendo con me molti momenti unici e sostenendomi con amore nei momenti di gioia e preoccupazione.

Ringrazio mia zia Daniela e mio zio Ugo che sono parte integrante della mia famiglia e mi donano felicità e affetto. Li ringrazio per esserci sempre e farmi sentire così fortunata di questo legame.

Ringrazio la mia cara amica Magda, donna forte, vitale ed intelligente che mi ha permesso di crescere come persona, credendo in me e nelle mie potenzialità.

Ringrazio Nerina che è la mia isola felice in cui rifugiarmi nei momenti tristi e compagna di giochi nella quotidianità.