



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata
Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione

Corso di Laurea Magistrale in Psicologia Clinico-Dinamica
Tesi di Laurea Magistrale

Interazioni online.

Un'indagine sulla relazione tra l'utilizzo problematico dei social media, il benessere e la qualità del sonno.

Online interaction.

Investigations of the relationship between problematic social media use, well-being and sleep quality.

Relatrice:

Prof.ssa Claudia Marino

Laureanda: **Elena Zadra**

Matricola: **2016641**

Anno Accademico 2021/2022

A mio papà...

INDICE

INTRODUZIONE	6
1. I SOCIAL MEDIA	8
1.1 Perché le persone utilizzano i social media?	12
1.2 Impatto dei social media sulla vita delle persone	16
1.3 Uso problematico dei social media	19
2. LA RELAZIONE TRA BENESSERE E UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA	25
2.1 “L’identità digitale” per comprendere chi siamo	26
2.2 Cosa intendiamo con il termine “benessere”?	29
2.3 La felicità attraverso i social media	34
2.4 Relazioni online o solitudine?	37
2.5 Sonno e benessere, l’importanza del sonno per la salute	43
3. IPOTESI DELLA RICERCA	49
4. METODO DELLA RICERCA	53
4.1 Il campione	54
4.2 Gli strumenti	55
5. ANALISI DEI DATI	60
5.1 La verifica delle ipotesi	61
6. DISCUSSIONE DEI RISULTATI	67
6.1 Limiti dello studio e prospettive future	75
6.2 Implicazioni per la clinica e la prevenzione	76
6.3 Conclusioni	81
BIBLIOGRAFIA	83

INTRODUZIONE

L'utilizzo dei social media è un fenomeno emergente, aumentato considerevolmente nell'ultimo decennio e influenzante diverse dimensioni della vita e della convivenza comune. I dati riportati nel 2021 indicano che sono più di quattro miliardi gli utenti delle piattaforme sociali, pari al 53% della popolazione mondiale. Gli utilizzatori sono cresciuti del 13% nell'ultimo anno (Kemp, 2021). Il tempo trascorso dalle persone sui social continua a crescere attestandosi a due ore e venticinque minuti al giorno (Kemp, 2021).

I social media sono definiti “Canali basati su internet che consentono agli utenti di interagire opportunisticamente e di presentarsi selettivamente, in tempo reale o in modo asincrono, con un pubblico ampio e ristretto che trae valore dal contenuto generato dall'utente e dalla percezione dell'interazione con gli altri” (Carr & Hayes, 2015, p. 50).

Il primo social network nella storia è stato SixDegrees, lanciato nel 1997 e basato sull'idea che ognuno di noi sia collegato agli altri tramite sei gradi di separazione (Boyd & Ellison, 2007). L'uso dei social media (social media use; SMU) è sempre più centrale e radicato. Un ampio corpus di ricerche ritiene che SMU stia raggiungendo livelli di utilizzo disadattivi, problematici ed eccessivi (Paschke et al., 2021). I ricercatori utilizzano il termine “utilizzo problematico dei social media” (problematic social media use; PSMU) per indicare una forte motivazione a utilizzare queste piattaforme, dedicandovi un grado di concentrazione, tempo e sforzi sempre maggiore, arrivando a compromettere altre attività sociali, studio, lavoro, relazioni interpersonali, salute e benessere psicologico (Andreassen & Pallesen, 2014; Bányai et al., 2017). L'utilizzo problematico dei social media è spesso associato a livelli più bassi di benessere (Brooks, 2015; Wheatley & Buglass, 2019) e crescenti stati di depressione, ansia e disagio psicologico (Banjanin et al., 2015; Keles et al., 2020; Raudsepp & Kais, 2019).

L'obiettivo di questa tesi è di comprendere l'influenza che l'utilizzo problematico dei social media ha sul benessere. Nel primo capitolo ci si propone di analizzare il fenomeno dei social media prendendo in considerazione il motivo per cui le persone utilizzano queste piattaforme e comprendendo l'effetto che hanno sulle nostre vite. Ci si prefigge di definire quando l'utilizzo dei social può essere definito eccessivo e problematico. Nel secondo capitolo dell'elaborato si considera cosa si intende con il

termine “benessere”, prendendo in considerazione diverse variabili che influenzano questo stato. A seguito della compilazione di un questionario da parte di un campione di persone maggiorenni, con lo studio proposto indaghiamo le differenze di genere e di età in relazione all’utilizzo problematico dei social media e verificiamo l’associazione tra benessere e PSMU, considerando la felicità, la solitudine e la qualità del sonno.

CAPITOLO 1.

I SOCIAL MEDIA

I social media sono un fenomeno giovane ma intrigante, al centro del dibattito giornalistico e scientifico. In poco più di un decennio si sono diffusi in ogni angolo del mondo, creando abitudini, stili di comunicazione e tendenze che influenzano le nostre vite. I social media non sono solo un fatto tecnologico, ma un cambiamento di prospettiva in grado di mettere in gioco diverse dimensioni della vita e della convivenza comune (Colombo, 2013, cap. 1). Le nuove piattaforme stanno sostituendo i media tradizionali costituiti da televisione, radio, stampa e manifesti pubblicitari. Attraverso i media tradizionali, il mittente decide cosa pubblicare e trasmettere, mentre il destinatario riceve tali informazioni. Tuten e Salomon (2014) sostengono che i social media hanno operato quella che in letteratura è definita “rivoluzione orizzontale”, facendo riferimento al fatto che, con l’evento dei social media, le informazioni scorrono tra le persone (peer communication), diversamente da quanto accadeva con i media tradizionali in cui abbiamo una grande voce che parla alla popolazione.

Tim O’Reilly, nella conferenza tenuta nel 2004, utilizza l’espressione Web 2.0 per indicare una seconda generazione di servizi in rete, i quali consentono agli individui di collaborare e condividere informazioni online. Centrali sono i concetti di condivisione e partecipazione. Gli utenti si trasformano da ricevitori di contenuti preconfezionati (approccio “top down”), a creatori di contenuti (approccio “bottom up”).

Carr e Hayes (2015) definiscono i social media come un insieme di strumenti multimediali che condividono tratti e caratteristiche comuni. I social sono descritti come dei canali basati su internet che consentono agli utenti di interagire e di presentarsi con un pubblico, in tempo reale o in modo asincrono, traendo valore dai contenuti generati e dalla percezione dell’interazione con gli altri. I punti centrali della definizione fornita da Carr e Hayes (2015) evidenziano che i social media sono strumenti online che operano attraverso internet, ovvero reti di computer interconnesse in tutto il mondo. I social sono descritti come dei canali cui l’utente partecipa, in modalità sincrona o asincrona. Gli strumenti asincroni non richiedono attenzione simultanea da parte dei partner in interazione, differentemente da quanto avviene nella comunicazione faccia a faccia. Il canale è costantemente disponibile indipendentemente dal fatto che un utente sia attivo

o meno. Un mezzo sociale è tale in quanto crea e mantiene interazioni tra i suoi utenti. Gli individui e i gruppi hanno la possibilità di contribuire alla creazione del contenuto, fattore che fornisce un valore intrinseco maggiore di quello di ogni altra caratteristica del sito.

Kaplan e Haenlein (2010) definiscono i social media come un gruppo di applicazioni basate su internet che si fondano sulle basi ideologiche e tecnologiche del Web 2.0. Esse consentono la creazione e lo scambio di contenuti generati dagli utenti. Il Web 2.0 rappresenta la base tecnologica, mentre i contenuti generati dagli utenti (UCG) possono essere visti come la somma di tutti i modi in cui le persone utilizzano i social media.

Kaplan e Haenlein (2010) sostengono che i social media possono essere classificati attraverso sei categorie. I progetti collaborativi consentono la creazione congiunta e simultanea di contenuti da parte di molti utenti, come Wikipedia. I blog sono diari personali che descrivono la vita dell'autore o informazioni rilevanti un'area di contenuto specifica, un esempio è Twitter. Con il termine content communities ci riferiamo a quelle piattaforme che condividono contenuti multimediali tra gli utenti, come Youtube. I siti di social networking sono applicazioni che consentono agli utenti di connettersi creando pagine con informazioni personali, invitando amici e colleghi ad avere accesso a tali profili e inviando e-mail e messaggi istantanei tra loro, un esempio è Facebook. I mondi virtuali di gioco sono piattaforme che replicano un ambiente tridimensionale in cui gli utenti possono apparire sotto forma di avatar personalizzati e interagire tra loro come farebbero nella vita reale. Infine, l'ultima categoria descritta da Kaplan e Haenlein (2010), sono i mondi virtuali sociali, i quali consentono agli individui di scegliere il proprio comportamento liberamente e di vivere essenzialmente una vita virtuale simile alla loro vita reale.

Vittadini (2018), nel manuale pubblicato, evidenzia tre fasi principali di sviluppo dei social media. L'autrice presenta una fase aurorale, dal 1997 al 2002, in cui viviamo la nascita dei primi social media. Dal 2003 al 2009 si vive una fase di espansione, in cui i social media si moltiplicano. Fino ad arrivare ai giorni nostri, in cui si registra una fase di consolidamento, in cui i social media acquisiscono una posizione dominante. Vittadini (2018) sostiene che in questa fase di maturità dei social media non basti più osservarli come una sfera della quotidianità e delle relazioni, ma vanno considerati come un tratto portante della contemporaneità.

I social media hanno un impatto rilevante sul modo con cui conosciamo noi stessi, il mondo e le altre persone, di come gli offriamo fiducia o ci difendiamo, tutelando o no la nostra privacy.

Eurostat ha reso disponibile "Eurostat Regional Yearbook" (2021), dal quale è possibile ricavare i dati relativi all'utilizzo dei social nei diversi Paesi Europei nel corso dell'anno 2020. Il 57% della popolazione adulta dell'Unione Europea ha utilizzato i social media. Si tratta del 3% in più rispetto al 2019. Il tasso di utilizzo tra i giovani adulti di età compresa tra sedici e ventiquattro anni è dell'87%, quasi quattro volte il tasso corrispondente agli anziani di età compresa tra i sessantacinque e i settantaquattro anni, pari al 22%. I dati presentati da Eurostat evidenziano che durante l'ultimo quinquennio (2015-2020) la quota di giovani adulti che utilizzano i social network è cambiata di poco. Diversamente, la percentuale di persone anziane utilizzatrici dei social è quasi raddoppiata nello stesso periodo. I dati dimostrano che il 48% degli italiani utilizzano i social media. Le percentuali più alte di utenti in base alla popolazione generale si registrano in Islanda (94%), Norvegia (88%) e Danimarca (85%).

Pew Research Center, un think tank statunitense con sede a Washington che fornisce informazioni su questioni sociali, opinione pubblica, andamenti demografici negli Stati Uniti e nel mondo in generale, ha iniziato a monitorare sistematicamente l'utilizzo dei social media dal 2005. Questa fonte ha documentato in modo dettagliato come l'incremento dell'utilizzo delle piattaforme digitali abbia influenzato numerose sfere della nostra quotidianità come il lavoro, la politica, i modelli di comunicazione in tutto il mondo, il modo in cui le persone ottengono e condividono informazioni. I dati presentati da Pew Research Center (Auxier & Anderson, 2021) dimostrano che la maggior parte degli americani afferma di utilizzare YouTube e Facebook, mentre l'uso di Instagram, Snapchat e TikTok è particolarmente comune tra gli adulti sotto i trent'anni. Inoltre, la maggior parte degli utenti di Facebook, Snapchat e Instagram dice di visitare queste piattaforme quotidianamente. Nella tabella di seguito riportata possiamo comprendere la distribuzione della popolazione nell'utilizzo dei social media. I dati sono stati raccolti mediante un questionario compilato da adulti statunitensi tra gennaio e febbraio del 2021.

FIG. 1.1 Use of online platforms (Pew Reserch Center, 2021)

% of U.S. adults in each demographic group who say they ever use...

	YouTube	Facebook	Instagram	Pinterest	LinkedIn	Snapchat	Twitter	WhatsApp	TikTok	Reddit	Nextdoor
Total	81	69	40	31	28	25	23	23	21	18	13
Men	82	61	36	16	31	22	25	26	17	23	10
Women	80	77	44	46	26	28	22	21	24	12	16
White	79	67	35	34	29	23	22	16	18	17	15
Black	84	74	49	35	27	26	29	23	30	17	10
Hispanic	85	72	52	18	19	31	23	46	31	14	8
Ages 18-29	95	70	71	32	30	65	42	24	48	36	5
30-49	91	77	48	34	36	24	27	30	22	22	17
50-64	83	73	29	38	33	12	18	23	14	10	16
65+	49	50	13	18	11	2	7	10	4	3	8
< \$30K	75	70	35	21	12	25	12	23	22	10	6
\$30K-49,99K	83	76	45	33	21	27	29	20	29	17	11
\$50K-74,99	79	61	39	29	21	29	22	19	20	20	12
\$75K+	90	70	47	40	50	28	34	29	20	26	20
HS or less	70	64	30	22	10	21	14	20	21	9	4
Some collage	86	71	44	36	28	32	26	16	24	20	12
Collage+	89	73	49	37	51	23	33	33	19	26	24
Urban	84	70	45	30	30	28	27	28	24	18	17
Suburban	81	70	41	32	33	25	23	23	20	21	14
Rural	74	67	25	34	15	18	18	9	16	10	2

Oggi giorno i social media sono naturalizzati e percepiti come un aspetto scontato intrinseco della cultura e dell'esperienza quotidiana (Vittadini, 2018). I dati dimostrano che le applicazioni dei social media continuano a proliferare e le dinamiche dell'interazione sociale online continuano ad evolversi.

Nel presente capitolo, dopo aver passato in rassegna le principali motivazioni che conducono le persone ad utilizzare i social media e aver compreso l'incidenza di queste piattaforme sulla vita degli individui, ci dedicheremo alla comprensione

dell'espressione "uso problematico dei social media" (PSMU). Andreassen e Pallesen (2014) descrivono PSMU come una forte motivazione a utilizzare i social media, dedicandoci così tanto tempo e sforzi da compromettere altre attività sociali, studio, lavoro, relazioni interpersonali, salute e benessere psicologico.

1.1 Perché le persone utilizzano i social media?

Al fine di comprendere l'impatto dei social media sulla vita e sul benessere delle persone è importante analizzare le motivazioni alla base dell'utilizzo delle moderne piattaforme digitali. I social media offrono diverse modalità di comunicazione e consentono agli utenti di potersi esprimere attraverso video, immagini, suoni e mash-up, o una fusione di elementi diversi, non solo attraverso messaggi testuali. Queste molteplici forme di espressione digitali consentono la distribuzione e l'interazione tra le persone in una varietà di modi, ad esempio attraverso la condivisione di contenuti, like, link, commenti (Greenhow et al., 2019). I ricercatori stanno cercando di sviluppare una comprensione più profonda di come e del motivo per cui le persone utilizzano i social media. Kuss e Giffiths (2011), riprendendo lo studio di Ellison et al. (2007), suggeriscono che i social media sono utilizzati per formare e mantenere diverse forme di capitale sociale. Il capitale sociale è definito come "la somma delle risorse, reali o virtuali, che spettano a un individuo o a un gruppo in virtù del possesso di una rete durevole di relazioni più o meno istituzionalizzate di conoscenza e riconoscimento reciproci" (Wacquant & Bourdieu, 1992). Ellison et al. (2007) dimostrano una solida connessione tra l'utilizzo di Facebook e gli indicatori utilizzati per misurare il capitale sociale. Gli autori sostengono che le piattaforme possono essere effettivamente utilizzate al fine di supportare le relazioni e con l'intenzione di mantenersi in contatto con le altre persone.

Numerose ricerche (Bonds-Raacke & Raacke, 2010; Ezumah, 2013; Whiting & Williams, 2013) riprendono la teoria degli usi e delle gratificazioni (Katz et. al, 1974) la quale postula che le persone facciano uso specifico di contenuti multimediali e determinati mezzi nella speranza di soddisfare alcuni bisogni. La teoria degli usi e delle gratificazioni, in inglese Uses and Gratification Theory (UGT), è una teoria delle scienze della comunicazione, il cui focus è incentrato su ciò che le persone fanno con i

media (Katz et al., 1974). Whiting e Williams (2013) dimostrano l'importanza e l'utilità della teoria riguardante gli usi e le gratificazioni per quanto riguarda le ricerche relative ai social media. Nel loro studio, Whiting e Williams (2013) individuano dieci usi e gratificazioni relativi all'utilizzo delle piattaforme digitali: l'interazione sociale (88%), la ricerca di informazioni (80%), il passatempo (76%), l'intrattenimento (64%), il relax (60%), l'utilità comunicativa (56%), l'espressione di opinioni (56%), l'utilità di convenienza (52%), la condivisione di informazioni (40%) e la sorveglianza degli altri (20%).

Weaver Lariscy et al. (2011) sostengono che la premessa di base della teoria degli usi e delle gratificazioni è che gli individui utilizzano i media al fine di soddisfare i loro bisogni e raggiungere delle gratificazioni finali. Da questo punto di vista, il pubblico seleziona e utilizza attivamente i media in base alle proprie esigenze specifiche.

Flaherty et al. (1998) riportano che la prospettiva degli usi e delle gratificazioni si basi su cinque ipotesi analizzate da Rubin e Rubin (1985). In primo luogo, il comportamento comunicativo è motivato e finalizzato a un obiettivo. In secondo luogo, le persone sono attive nella selezione e nel successivo utilizzo dei mezzi di comunicazione che consentono di soddisfare i propri bisogni specifici. Terzo, le persone hanno le capacità per identificare le proprie motivazioni e gratificazioni comunicative. In quarto luogo, i media concorrono e competono con altre forme di comunicazione per l'attenzione, la selezione e l'uso. Infine, quinto punto, le persone sono influenzate da diversi fattori sociali e psicologici nel momento in cui scelgono tra le diverse alternative di comunicazione.

Hoffman e Novak (2012) sostengono che l'interattività fondamentale dei social media consente quattro obiettivi: connettere, creare, consumare e controllare. I social media permettono e facilitano le interazioni che connettono le persone. Le conversazioni sui social media permettono di creare (pubblicare e caricare) e consumare (leggere, guardare, ascoltare) contenuti. Inoltre essi offrono alle persone una maggiore capacità nella gestione della propria reputazione e nel controllo, ad esempio del proprio profilo e della privacy. Secondo i ricercatori, le "4C" spiegano perché un numero crescente di persone trascorrono così tanto tempo utilizzando i social media e perché essi sono così popolari. Le ricerche hanno identificato centinaia di motivazioni alla base del motivo per cui le persone utilizzano i social media, inclusi blog, Twitter, mondi virtuali,

YouTube e molti altri (Novak 2008). In una revisione di oltre trenta articoli, Novak (2008) ha scoperto non meno di ventidue distinte categorie motivazionali di utilizzo dei social media, riassunte in una tabella descrittiva riportata da Hoffman e Novak (2012).

FIG. 1.2 *Why Do People Use Social Media?* (Hoffman & Novak, 2012)

Twenty-Two Distinct Motivational Categories of Social Media Use

<i>Achievement</i> (Barnes 2007, Cook 2008, Jung, Youn and McClung 2007, Kuznetsov 2006, Li and Bernoff 2008, Stoeckl, Rohrmeir and Hess 2007, Trammell et al.2006, Yee 2006, Yee 2007)	<i>Instrumental</i> (Barnes 2007, Cook 2008, Daugherty, Eastin, Bright 2008, Schotz 2008, Sun, Rubin, and Haridakis 2008, Weiss, Lurie, Macinnis 2008)
<i>Affinity</i> (Li and Bernoff 2008, Ridings and Gefen 2004)	<i>Peer pressure</i> (Jung, Youn and McClung 2007, Li and Bernoff 2008)
<i>Altruism</i> (Butler et al.2002, Cook 2008, Kuznetsov 2006, Li and Bernoff 2008, Nov 2007)	<i>Positive Experience</i> (Barnes 2007, Hoffman and Novak 1996, Hoffman and Novak 2008, Yee 2006, Yee 2007)
<i>Ambient intimacy</i> (Reichelt 2007, Schotz 2008)	<i>Routinized</i> (Trammell et al.2006, Jung, Youn and McClung 2007, Stoeckl, Rohrmeir and Hess 2007)
<i>Autonomy</i> (Kuznetsov 2006)	<i>Self augmentation</i> (Schotz 2008)
<i>Collaborate</i> (Kuznetsov 2006, Nuxoll 2006)	<i>Self esteem</i> (Daugherty, Eastin, Bright 2008, Nov 2007)
<i>Curiosity</i> (Kapoor, Konstan and Terveen 2005, Li and Bernoff 2008, Schotz 2008)	<i>Self expression</i> (Barnes 2007, Daugherty, Eastin, Bright 2008, Java et al.2007, Jung, Youn and McClung 2007, Lenhardt and Fox 2006, Li and Bernoff 2008, Nuxoll 2006, Trammell et al.2006, Zhao, Grasmuck and Martin 2008)
<i>Emotional</i> (Ridings and Gefen 2004, Schotz (2008)	<i>Self understanding/knowledge</i> (Barnes 2007, Daugherty, Eastin, Bright 2008, Jung, Youn and McClung 2007, Lenhardt and Fox 2006, Li and Bernoff 2008, Nuxoll 2006, Trammell et al.2006, Zhao, Grasmuck and Martin 2008)
<i>Entertainment</i> (Barnes 2007, Cho 2007, Jung, Youn and McClung 2007, Nov 2007, Ridings and Gefen 2004, Schotz 2008, Stoeckl, Rohrmeir and Hess 2007, Trammell et al.2006)	<i>Share</i> (Java et al.2007, Stoeckl, Rohrmeir and Hess 2007, Lenhardt and Fox 2006)
<i>Influence</i> (Butler et al.2002, Lenhardt and Fox 2006, Nov 2007, Schotz 2008, Sun, Rubin, and Haridakis 2008)	<i>Social capital</i> (Ellison, Steinfield and Lampe 2007, Li and Bernoff 2008, Ridings and Gefen 2004)
<i>Information</i> (Barnes 2007, Cho 2007, Java et al.2007, Lenhardt and Fox 2006, Ridings and Gefen 2004, Sun, Rubin, and Haridakis 2008, Trammell et al.2006, Weiss, Lurie, Macinnis 2008)	<i>Social interaction</i> (Barnes 2007, Butler et al.2002, Cho 2007, Daugherty, Eastin, Bright 2008, Java et al.2007, Jung, Youn and McClung 2007, Lenhardt and Fox 2006, Miura and Yamashita 2007, Nuxoll 2006, Sun, Rubin, and Haridakis 2008, Trammell et al.2006, Weiss, Lurie, Macinnis 2008, Yee 2006, Yee 2007)

Karahanna et al. (2015) sostengono che attraverso le interazioni sociali online le persone possono costruire una casa virtuale, sviluppare identità, esprimersi agli altri, sperimentare competenze tramite le loro interazioni, costruire e mantenere relazioni con gli altri. Sebbene ogni mezzo sociale possa soddisfare determinati tipi di esigenze ma non altre, collettivamente i vari tipi di social media e le loro diverse capacità forniscono molteplici vie per soddisfare i propri bisogni psicologici. Il primo bisogno soddisfatto è la necessità di sperimentare efficacia ed efficienza. I social media offrono una piattaforma che incoraggia le persone a creare contenuti e scambiare le proprie opinioni e questo sentimento di competenza può essere rafforzato dai feedback positivi che altri utenti forniscono in merito ai contenuti generati dagli utenti. I social media offrono l'opportunità di esercitare vari gradi di "controllo" sull'ambiente e sulle altre persone. Gli individui possono sviluppare il senso di competenza nei progetti collaborativi. Un secondo bisogno degli individui è quello di "avere un posto". I social media possono essere utilizzati per soddisfare il bisogno di un individuo di avere un posto, uno spazio virtuale. Il terzo bisogno individuato da Karahanna et al. (2015) è la necessità di conoscere il Sé, sostenendo che gli individui hanno un bisogno innato di scoprire chi sono e di definirsi individui unici. L'identità digitale riflette chi siamo, la nostra personalità, le relazioni, le abilità, i talenti, le attitudini, gli interessi. Le applicazioni e i contenuti dei social media offrono un'opportunità per apprendere il sé e per definire la propria identità attraverso l'autoriflessione, pensieri, sentimenti, azioni, interazioni sociali e feedback di altri utenti. Il quarto bisogno indicato è l'espressione dell'identità. Infine, il quinto bisogno riportato dall'autrice riguarda la necessità di mantenere continuità dell'identità personale nel tempo. I social media possono aiutare a conservare e ripristinare ricordi come fotografie, video, che permettono di mantenere una connessione emotiva tra la propria identità e il proprio passato. L'autrice, citando lo studio di Belk e Yeh (2011), suggerisce che una fotografia può essere un messaggio da un sé precedente a un sé futuro, in grado di ricreare l'emozione relativa all'esperienza originale.

Uno studio di Barker (2009) ha suggerito che le motivazioni per l'uso di social media potrebbero differire tra uomini e donne. Le femmine usano gli social media per la comunicazione con i membri del gruppo e l'intrattenimento, mentre gli uomini utilizzano queste piattaforme in modo strumentale per la compensazione sociale,

l'apprendimento e le gratificazioni dell'identità sociale, ovvero la possibilità di identificarsi con i membri del gruppo. Weiser (2000) sostiene che le motivazioni che guidano i maschi all'utilizzo di internet riguardano scopi legati all'intrattenimento e al tempo libero. Diversamente, le donne utilizzano maggiormente il web per la comunicazione interpersonale e l'assistenza educativa.

1.2 Impatto dei social media sulla vita delle persone

I social media svolgono un ruolo fondamentale nel trasformare gli stili di vita delle persone. Una percentuale consistente della popolazione utilizza i social media per connettersi con gli altri e con le risorse al di là dei confini geografici, culturali ed economici (Statista, 2021). Da un lato ai social media sono stati riconosciuti vari pregi e il loro utilizzo è stato valutato come vantaggioso. Dall'altro lato sono stati descritti aspetti che influiscono negativamente sulle persone.

Pew Research Center (2018) ha pubblicato uno studio riguardante la percezione dell'impatto che i social media hanno sulla vita di un campione di giovani adulti. Il 31% dei partecipanti sostiene che i social media abbiano un'incidenza prevalentemente positiva sulle loro vite e questo dipende da diverse ragioni. I social permettono di connettersi con altre persone, amici e familiari, e conoscere altri che condividono gli stessi interessi. Gran parte di questo campione ha affermato che i social media hanno un impatto positivo perché aiutano a rimanere in contatto e interagire con gli altri. Le piattaforme digitali favoriscono l'espressione di se stessi, il supporto e la ricerca di informazioni. Una pluralità di soggetti, rispettivamente il 45% dei partecipanti, non riesce a schierarsi a favore o contro i social media, rimanendo neutrale e sostenendo che essi non hanno un effetto né positivo né negativo sulle persone. Infine, il 24% del campione riconosce l'impatto negativo che le piattaforme possono avere sulla loro vita. Essi riferiscono che i social media danneggiano le relazioni a causa della mancanza di contatto tra gli interlocutori, causano bullismo e diffusione di informazioni inopportune, provocando pressione tra i pari. L'utilizzo dei media offre una visione irrealistica delle esperienze, descritte come eccessivamente positive. Questo porta gli utenti a ritenere la propria vita come meno soddisfacente rispetto a quella degli altri utenti.

I mezzi di comunicazione portano a distrarsi dai compiti quotidiani e l'uso sta diventando eccessivo fino a causare stati di dipendenza.

Numerosi studi si occupano di indagare l'impatto dei social media sulla salute, in particolare sul benessere e sulla salute mentale della popolazione. I risultati esistenti riguardanti questa relazione sono ambivalenti e contraddittori. Una parte delle ricerche evidenzia i potenziali benefici dell'uso dei social media. Ostic et al. (2021), citando diversi studi, sostengono che i social sono descritti come un nuovo canale di comunicazione (Twenge & Campbell, 2019), sottolineando che svolgono un ruolo cruciale nello sviluppo della propria presenza, nella costruzione dell'identità e della reputazione. Gli autori sottolineano come i social media sono visti come facilitatori per l'interazione sociale, la formazione e il mantenimento di relazioni e la condivisione di idee (Carlson et al., 2016) e possono essere significativamente associati al supporto sociale (Holliman et al., 2021).

Nonostante i social media possano procurare una serie di benefici per gli utilizzatori, occorre considerare l'impatto negativo che l'uso delle piattaforme può avere sugli utenti. Il maggiore uso di dispositivi elettronici negli ultimi anni ha coinciso con un marcato aumento della depressione, ansia, disagio psicologico (Primack et al., 2017; Keles et al., 2020) e isolamento sociale (Primack et al., 2017). I risultati dello studio di Kelei et al. (2020) indicano quattro domini relativi all'utilizzo dei social media: tempo trascorso, attività, investimento e dipendenza. Tutti i domini sono collegati con stati di disagio psicologico. L'impatto dell'uso dei social media è spesso associato a livelli più bassi di benessere (Brooks, 2015; Wheatley & Buglass 2019) nonché marcati cali di felicità, soddisfazione per la vita e autostima (Hawi & Samaha, 2016; Marttila et al., 2021). La letteratura riporta che gli utenti che utilizzano maggiormente i social media sviluppano l'idea che la vita degli altri sia più felice, determinando un conseguente impatto negativo sul proprio benessere (Chou & Edge, 2012). L'incidenza dei social media influenza anche il modo in cui le immagini ritraggono il corpo ideale e il prototipo erroneo del corpo in salute, fornendo un'immagine corporea negativa e malsana. L'interiorizzazione degli standard di bellezza e modelli di vita ideali proposti dai social media può provocare preoccupazioni significative (Levine & Harrison, 2009).

I social media non influenzano soltanto il soggetto direttamente ma anche il contesto che lo circonda, la società, l'educazione, il business. Siddiqui e Singh (2016) considerano l'impatto dei social media, diventati parte della routine quotidiana per una percentuale consistente della popolazione, in diverse sfere della vita, evidenziandone gli effetti positivi e negativi. Siddiqui e Singh (2016) sostengono che i social media hanno un impatto positivo sulla società in quanto aiutano a incontrare persone, a condividere idee oltre i confini geografici, offrono l'opportunità a blogger e aziende di entrare in contatto con i propri clienti. Un altro effetto positivo è quello di unire le persone attraverso un'enorme piattaforma per raggiungere obiettivi specifici. I ricercatori sostengono che i social media possono però causare dipendenza nelle persone, arrivando a trascorrere un tempo eccessivo sui social, distogliendo la concentrazione e l'attenzione dalle altre attività quotidiane. Queste piattaforme possono influenzare negativamente bambini, giovani e adulti, attraverso contenuti che contengono violenza, aspetti negativi o falsi. I social media spesso sono considerati degli invasori per la privacy delle persone.

In aggiunta, Akram e Kuram (2017) con il loro studio evidenziano gli aspetti positivi e negativi derivanti dall'utilizzo delle moderne piattaforme digitali e l'influenza che essi hanno sulla vita di ognuno di noi. Gli autori affermano che il primo e più importante vantaggio sociale derivante dall'utilizzo dei mondi virtuali è quello di connettere creando una rete in cui le persone possono imparare e condividere i propri pensieri. Gli autori sostengono che i social media aiutino a imparare ed educare attraverso le informazioni adeguatamente selezionate pubblicate tramite le piattaforme. I social media consentono di esprimere i propri problemi, trovando supporto e condivisione tra gli altri utenti. Essi condividono e scambiano informazioni con persone che la pensano allo stesso modo e possono sollevare discussioni su uno specifico argomento, creando comunità sulla base di interessi specifici. Inoltre, attraverso i social è possibile essere costantemente aggiornati su quanto accade in realtà vicine e lontane. L'impatto dei social media riguarda anche l'economia e il business. Attraverso le reti virtuali le aziende possono connettersi con i propri clienti, promuovendo la visibilità e la vendita. Akram e Kuram (2017) sottolineano che accanto a molteplici aspetti apparentemente positivi, i social media presentano diverse criticità che hanno un impatto negativo sulla vita delle persone. I casi di bullismo attraverso le piattaforme sono frequenti, messaggi e

pettegolezzi condivisi tra utenti possono creare disagi e scalpore tra il grande pubblico. La privacy e la sicurezza delle persone possono essere violate. Le informazioni personali diffuse attraverso i social media sono facilmente reperibili e i dati sensibili possono essere visti e condivisi da chiunque. L'utilizzo dei social media può causare dipendenza, arrivando a disperdere il tempo che sarebbe potuto essere utilizzato per altre attività e focalizzando l'attenzione selettivamente su quanto avviene nel mondo online. Spesso le persone sono eccessivamente impegnate ad aggiornare la propria pagina virtuale al fine di salvaguardare la propria reputazione, sforzandosi di mantenere una certa notorietà e difendendo la diffusione di notizie false sul proprio profilo digitale. Gli utenti possono essere attratti da modelli standard presentati in maniera positiva attraverso i filtri virtuali ed essere eccessivamente influenzati da queste figure.

1.3 Uso problematico dei social media

Con l'accesso a internet sempre più disponibile, le applicazioni dei social media stanno diventando parte integrante della vita delle persone in tutto il mondo. È stato introdotto il termine "Internet Addiction Disorder", al fine di riconoscere la dipendenza della "rete", definita come una patologia, un uso ossessivo e compulsivo, che spinge una persona a un uso eccessivo di questa tecnologia. I videogiochi e le applicazioni dei social media sono citati più frequentemente nel contesto dell'uso problematico di internet (Mérelle et al., 2017). Paschke et al. (2021) sostengono che l'utilizzo problematico dei social media (PSMU) è un fenomeno in aumento.

PSMU è stato definito e valutato in vari modi. Sun e Zhang (2021) sostengono che la definizione e la misurazione di PSMU non è coerente nella letteratura esistente. I ricercatori riportano che numerosi studi hanno misurato l'uso problematico in base allo scopo dell'uso o al contesto, altri hanno utilizzato misurazioni che si basano sui sintomi della dipendenza comportamentale, altri hanno adottato la definizione del modello di uso problematico di internet di Caplan. Caplan (2010) ha sviluppato e validato la GPIUS2 (Generalized Problematic Internet Use Scale 2). I risultati indicano che una preferenza a favore delle interazioni sociali online e l'uso di internet al fine di regolare l'umore, predicano un deficit nell'autoregolazione dell'uso di internet (Caplan, 2010). Le sottoscale GPIUS sono correlate con variabili relative alla salute psicosociale, come

depressione, solitudine, timidezza e autostima (Caplan, 2002). Marino et al. (2017) suggeriscono che il modello GPIU può essere applicato al contesto del social media Facebook. I ricercatori sostengono che il modello GPIU sembra offrire una buona base per comprendere l'utilizzo di Facebook in quanto considera elementi potenziali di questa dipendenza comportamentale come la preferenza per le interazioni sociali online (preference for online social interaction; POSI), l'uso di Internet per la relazione cognitiva ed emotiva e le conseguenze negative relative all'uso disadattivo di Internet (Marino et al., 2017).

I ricercatori affermano che “uso problematico dei social media” è un termine ampio che può anche riferirsi all'utilizzo dei social per attività illegali, socialmente inaccettabili. Sun e Zhang (2021) definiscono PSMU un termine generico che riguarda l'uso problematico di una varietà di siti Web e applicazioni, ad esempio blog, YouTube, siti di social network tradizionali come Facebook, Instagram e Snapchat, e app di messaggistica istantanea, di cui ne sono un esempio WhatsApp e Facebook Messenger, a cui è più probabile accedere tramite gli smartphone.

L'utilizzo problematico dei social media è diventato un tema di interesse per molti ricercatori e la letteratura attuale suggerisce che PSMU predice numerosi esiti negativi, come ridotti livelli di benessere e problemi psicologici. Gli utenti che utilizzano in maniera problematica i social media tendono a riferire maggiori stati di depressione, ansia e disagio psicologico (Banjanin et al., 2015; Keles et al., 2019; Marino et al., 2018; Raudsepp & Kais, 2020). Diversi ricercatori hanno espresso preoccupazione per il potenziale impatto negativo dell'uso dei social media, indicando che il loro utilizzo può essere legato a esiti preoccupanti sulla salute mentale (Berryman et al., 2018; Keles et al., 2019). PSMU è associato a ridotti livelli di benessere (Brooks, 2015; Wheatley & Buglass 2019). Kross et al. (2013) hanno indicato che l'uso problematico di Facebook prevede cali in due componenti del benessere soggettivo: come le persone si sentono e quanto sono soddisfatte della loro vita.

Marttila et al. (2021) evidenziano che l'aumento di PSMU è collegato a una maggiore solitudine, portando a una diminuzione della soddisfazione della vita e un minor benessere. Diverse ricerche hanno collegato PSMU a un minor grado di felicità percepito (Chou & Edge, 2012; Brooks, 2015).

Woods e Scott (2016) sostengono che un maggiore utilizzo dei social media sia associato a una qualità del sonno più scadente, nello specifico l'utilizzo dei social media la notte e l'investimento emotivo nei social sono correlati a scarsità del sonno, ansia, depressione e bassa autostima. L'uso problematico dei social media è stato riconosciuto come un possibile indicatore di esiti negativi sulla salute, i risultati indicano che tra gli utenti problematici c'è una maggiore frequenza di vari disturbi psicosomatici e altri indicatori di salute negativi (Paakkari, 2021).

Marino et al. (2020) hanno dimostrato che PSMU è un problema diffuso in Italia. Nella ricerca un totale di 58.976 giovani hanno completato il questionario ed è stato dimostrato che quasi un adolescente su dieci (8,9%) segnala un uso problematico dei social media. Essi continueranno a esistere e la loro diffusione sarà crescente. Sempre più persone trascorrono una maggiore quantità di tempo con le tecnologie e quindi il potenziale degli effetti negativi sta crescendo (Brooks, 2015). Comprendere questo fenomeno, cosa accade e come contribuire a rimediare a questi effetti è di vitale importanza.

Sono state sollevate preoccupazioni in merito all'uso eccessivo dei social media, in particolare il diventare "dipendenti" da tali tecnologie (Andreassen, 2015). È in corso un dibattito riguardante l'uso delle piattaforme digitali e come questo possa assumere dimensioni a rischio o addirittura patologiche e di conseguenza essere descritto dai criteri per i disturbi da dipendenza (Paschke et al. 2021). Alcuni studi hanno adottato i sei criteri fondamentali del modello delle componenti della dipendenza.

Griffiths (2005) indica come componenti di questo comportamento salienza, modificazione dell'umore, tolleranza, ritiro, conflitto e ricaduta. Griffiths (2005) segnala come tutte le dipendenze presentino queste componenti comuni e, nel documento pubblicato, sostiene che esse siano una parte di un processo biopsicosociale e i comportamenti eccessivi di tutti i tipi sembrano avere questi punti in comune. Con salienza si riferisce a quando una certa attività diventa la più importante nella vita della persona e domina il suo pensiero, i sentimenti e il comportamento. Il cambiamento dell'umore descrive l'esperienza soggettiva che le persone riportano come conseguenza dell'impegno in una particolare attività. Con tolleranza si intende il processo per cui sono necessarie quantità crescenti di una particolare attività per ottenere gli stessi effetti. I sintomi di astinenza o il ritiro riportano gli stati emotivi sgradevoli e agli effetti fisici

che si verificano quando l'attività è interrotta o ridotta in maniera improvvisa. Il conflitto si riferisce alle conflittualità tra l'individuo che svolge una certa attività e coloro che lo circondano (conflitto interpersonale) o dall'interno dell'individuo stesso (conflitto intrapsichico). La scelta di un comportamento che provoca piacere e sollievo a breve termine non tiene conto delle conseguenze negative e dei possibili danni a lungo termine. Infine, con il concetto di ricaduta si indaga la tendenza a ripetuti ritorni a schemi precedenti riguardanti una certa attività, ripristinati dopo tempo di astinenza o controllo.

Altri studi hanno ripreso i criteri proposti per valutare il disturbo da gioco su Internet. Il DSM-5 (American Psychiatric Association, APA, 2013) è stato il primo importante sistema di classificazione a includere l'uso problematico dei media digitali relativo all'"Internet Gaming Disorder", come una condizione che necessita ulteriori studi per essere classificata. Anche nell'ICD-11 è stata inclusa una nuova diagnosi comparabile. È stato suggerito di descrivere modelli relativi all'utilizzo problematico dei social media in base allo stesso insieme di criteri diagnostici di altri disturbi da dipendenza, incluso il gioco patologico (Van Den Eijnden et al., 2018; Van Den Eijnden et al. 2016). Paschke et al. (2021) sostengono che da quando l'ICD-11 ha introdotto i primi disturbi legati all'uso di internet, ovvero i criteri per il disturbo del gioco online, gli stessi possono essere trasferiti per valutare il disturbo da uso dei social media (SMUD). I ricercatori sostengono che lo sviluppo e la convalida di uno strumento di screening di autovalutazione per SMUD è di valore per ricercatori e medici.

Van den Eijnden et al. (2016) ritengono che "Social Media Disorder" (SMD), o disturbo da social media, e "Internet Gaming Disorder" (IGD), disturbo da gioco su internet, siano due forme specifiche del costrutto generale di dipendenza da internet. Secondo la definizione del DSM-5, IGD è diagnosticato se soddisfa cinque (o più) dei nove criteri prestabiliti per un periodo di dodici mesi. I ricercatori ritengono che i nove criteri per IGD inclusi nel DSM, possano essere utilizzati anche per definire SMD. Van den Eijnden et al. (2016) hanno sviluppato una scala composta da ventisette voci, tre voci per ciascuno dei nove criteri stabiliti dal DSM-5.

TAB 1.1 *The Social Media Disorder Scale* (van den Eijnden, 2016)

Preoccupazione

Nell'ultimo anno...

...hai spesso avuto difficoltà a non guardare i messaggi sui social media quando stavi facendo qualcos'altro (es. lavoro scolastico)?

...hai scoperto regolarmente che non puoi pensare ad altro che al momento in cui sarai in grado di utilizzare di nuovo i social media?

...spesso sei stato seduto ad aspettare che qualcosa accadesse di nuovo sui social media?

Tolleranza

Nell'ultimo anno...

...hai sentito il bisogno di usare sempre più spesso i social?

...hai sentito il bisogno di controllare sempre più spesso i messaggi sui social?

...ti sei sentito regolarmente insoddisfatto perché volevi passare più tempo sui social media?

Ritiro

Nell'ultimo anno...

...ti sei sentito spesso teso o irrequieto se non eri in grado di guardare i tuoi messaggi sui social media?

...ti sei sentito regolarmente arrabbiato o frustrato se non eri in grado di usare i social media?

...ti sei sentito spesso male quando non potevi usare i social media?

Persistenza

Nell'ultimo anno...

...hai provato a ridurre il tuo uso dei social media, ma non ci sei riuscito?

...hai provato a passare meno tempo sui social media, ma non ci sei riuscito?

...non sei riuscito a smettere di usare i social media, anche se altri ti hanno detto che dovresti davvero?

Fuga

Nell'ultimo anno...

...hai usato regolarmente i social media per distogliere la mente dai tuoi problemi?

...hai usato spesso i social per non dover pensare a cose spiacevoli?

...hai usato spesso i social media per sfuggire ai sentimenti negativi?

Problemi

Nell'ultimo anno...

...spesso non hai prestato attenzione a scuola, mentre facevi i compiti o al lavoro perché utilizzavi i social media?

...regolarmente non hai dormito abbastanza perché usavi i social media troppo tardi la notte?

...hai litigato regolarmente con gli altri a causa del tuo uso dei social media?

Inganno

Nell'ultimo anno...

...hai mentito regolarmente ai tuoi genitori o ai tuoi amici sulla quantità di tempo che trascorri sui social media?

...hai nascosto regolarmente il tuo utilizzo dei social media agli altri?

...hai usato spesso i social media di nascosto?

Spostamento

Nell'ultimo anno...

...non hai dedicato regolarmente attenzione alle persone intorno a te (ad es. familiari o amici) perché stavi utilizzando i social media?

...regolarmente non hai avuto interesse per hobby o altre attività perché preferivi usare i social media?

...hai trascurato regolarmente altre attività (es. hobby, sport) perché volevi usare i social media?

Conflitto

Nell'ultimo anno...

...hai avuto seri problemi a scuola o al lavoro perché passavi troppo tempo sui social?

...hai avuto un serio conflitto con i tuoi genitori e fratelli a causa del tuo utilizzo dei social media?

...hai messo a repentaglio o perso un'amicizia o una relazione importante perché passavi troppo tempo sui social media?

CAPITOLO 2.

LA RELAZIONE TRA BENESSERE E UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA

L'interesse nei confronti dei social media ha condotto la letteratura scientifica a comprendere questo fenomeno e a occuparsi di individuare la possibile relazione tra l'utilizzo di queste piattaforme e il benessere.

Delle Fave (2007) sostiene che il benessere e la qualità della vita possono essere valutati analizzando indicatori oggettivi, come ad esempio il reddito, le condizioni di salute, lo status sociale. Tuttavia questi soli fattori non forniscono una valutazione adeguata delle risorse che possiede l'individuo. L'autrice, riportando quanto indicato da Biswas-Diener e Diener (2001), afferma che è altrettanto importante identificare e quantificare gli indicatori del benessere soggettivo, partendo da come gli individui valutano la propria salute, la soddisfazione nei diversi ambiti di vita, i risultati e gli obiettivi futuri. Storicamente, la ricerca in ambito della salute è stata sbilanciata dalla parte del disagio e la salute è stata descritta come assenza di sintomatologia, piuttosto che come presenza di benessere (Delle Fave, 2007). Il concetto di salute si limitava all'assenza di malattia, concentrandosi sui concetti di patologia, disabilità e morte. Un elemento di cambiamento risiede nel passaggio dal concetto di salute come assenza di patologia a un concetto più completo di benessere, come raggruppamento di fattori di tipo fisico, sociale e mentale. Descrivere la salute dell'uomo considerando solamente la sfera patologica è riduttivo e non consente di comprendere le reali condizioni di vita degli individui. Nel 1948 l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha definito la salute come "uno stato di completo benessere fisico, mentale e sociale, non solamente l'assenza di disagio o malattia".

Nel presente capitolo ci occupiamo di descrivere cosa s'intende in letteratura con il termine "benessere". Ci soffermiamo sulla costruzione dell' "identità digitale", la quale nell'epoca moderna sembra contribuire alla risposta alla domanda "Chi sono io". Nei successivi paragrafi prenderemo in considerazione tre variabili che influenzano la percezione del benessere: la felicità, le relazioni sociali e la solitudine e la qualità del sonno.

2.1 “L’identità digitale” per comprendere chi siamo

L’espansione dei dispositivi internet e la connettività rendono la nostra presenza virtuale sui social media sempre più persistente, facendo quasi crollare il confine tra l’essere online e offline. I social media offrono possibilità di connessione, interazione e partecipazione, offrendo strumenti per l’autopresentazione e la gestione dell’identità (Warburton & Hatzipanagos, 2013). Gli autori sostengono che l’utilizzo dei social media porti a un modellamento del sé attraverso l’influenza delle interazioni sociali, costruendo identità e interpretando quelle degli altri con cui interagiamo.

Il profilo personale è pensabile come un documento d’identità in formato digitale. In questo spazio gli utenti possono indicare informazioni che lo caratterizzano, foto personali, lavoro, studio, interessi. Warburton e Hatzipanagos (2013) affermano che internet è passato da un insieme di oggetti statici a una rete dinamica composta da soggetti connessi e interagenti e le persone devono prendersi cura delle vite digitali visibili. Gli spazi digitali sono estensioni performative delle nostre attività svolte nel mondo reale e ugualmente l’identità digitale non è diversa da quello che intendiamo con “identità”. Dalton e Crosby (2013) sostengono che i social media sembrano rimodellare i processi attraverso i quali le nuove generazioni esplorano, chiariscono e affermano le loro identità personali. L’espansione delle piattaforme digitali ha fatto emergere una nuova dimensione dello sviluppo dell’identità. Gli autori definiscono l’identità digitale come il composto d’immagini che gli individui presentano, condividono e promuovono nel dominio digitale (Dalton & Crosby, 2013).

Salvini e Dondoni (2011) descrivono l’identità come un “sistema di rappresentazioni unificate di sé e mediate da un ruolo” (p. 212) rimandando ai processi autoregolativi attraverso cui la persona si percepisce in maniera unica e continua con se stessa, autopresentandosi in modo coerente, in base ai diversi contesti interpersonali nei quali agisce. Gli autori sostengono che l’identità è definita in relazione al rapporto con l’altro e risiede nella struttura e nelle regole che definiscono l’interazione. Mazzucato riporta che, come sostenuto da Bettini (2002), con i termini “notitia” e “cognitio” i romani indicavano la moderna parola “identità”. Queste espressioni affermano che l’“identità” è stata intesa come l’accertamento e il riconoscimento di sé da parte degli altri. L’identità

non è sedimentata, trasversale, coincidente con se stessi, non è una proprietà intrinseca ma è definita come il riflesso di un atto sociale (Faccio, 2007). Faccio (2007) sostiene che “C’è identità dal momento in cui qualcuno, dall’esterno può offrire alla persona garanzia del suo essere lui o del suo essere lei” (p. 70).

Mazzucato (2020) evidenzia che le piattaforme digitali permettono di ri-attualizzare le sfumature proprie e originarie dell’espressione “identità”. L’autore sostiene che la domanda “Chi sono io?” trova risposta nella costruzione dell’identità digitale, attraverso la quale è possibile comprendere parti di sé come essere un utente dei social, e offre l’occasione per sperimentare nuove identità. Le piattaforme virtuali consentono all’individuo di avere strumenti con i quali mostrare e sperimentare differenti possibilità identitarie. I ruoli che assumiamo attraverso le diverse posizioni assunte utilizzando i social media possono funzionare come “specchi identitari”. Seneca sosteneva che gli specchi esistono in modo tale da permettere all’uomo di conoscere se stesso e ricevere notizia di sé (Faccio, 2007). Attraverso gli specchi utilizzati con l’uso dei social media la persona può riflettersi in modo tale da farsi riconoscere dagli altri utenti (notitia) e conoscersi (cognitio) comprendendo nuovi modi di esprimersi nelle relazioni con gli altri, con la percezione di controllare quali configurazioni di sé mostrare e quali tacere (Mazzucato, 2020). Salvini e Dondoni (2011) sostengono che quanto più un individuo si identifica con le attese che si riferiscono a un certo ruolo, tanto più è spinto a condividere le caratteristiche personologiche associate a quest’attività e ai relativi prototipi ideali. L’individuo assume così un’identità tipizzata e condivisa dal gruppo di appartenenza.

Il web è descritto come un nido digitale il quale consente alle persone di esplorare, scoprire e imparare (Bozkurt, 2014) grazie alle identità digitali. Bozkurt e Tu (2016) raffigurano l’identità digitale come un’identità sociale online che nasce costruendo profili per rappresentare se stessi sulle reti in un contesto sociale. Gli autori citano uno studio di Merchant (2006), il quale descrive come gli ambienti online offrono nuove possibilità e sfide per la presentazione di sé e la costruzione dell’identità nella comunicazione umana. Bozkurt e Tu (2016) affermano che i profili online creati attraverso i social media svolgono un ruolo rilevante nell’empowerment dell’identità. Gli autori sostengono che il processo di formazione delle identità digitali non è semplice come cliccare il pulsante “Crea un profilo” e per questo motivo è importante indagare le

radici profonde riguardanti la formazione dell'identità digitale per comprendere la relazione tra la formazione dell'identità e la presenza sociale. Gli autori sostengono che la vita reale e virtuale hanno perso la definizione stessa e i confini tra i due mondi sono sfocati. La formazione dell'identità digitale sociale è diventata importante come lo è la costruzione dell'identità personale.

Hogan (2010), comprendendo la presentazione di sé nell'epoca dei social media, riprende l'approccio drammaturgico di Goffman, il quale sostiene che l'individuo presenta una versione di se stesso "ideale" anziché autentica. L'autore afferma che l'utilizzo dei social media online crei una situazione in cui le persone comunicano informazioni attraverso il proprio profilo. Questa "interazione" in cui gli utenti vedono e reagiscono al contenuto pubblicato dagli altri è paragonabile alle situazioni tradizionali che hanno dato origine all'approccio drammaturgico proposto da Goffman. Quest'ultimo utilizza la metafora della vita come un palcoscenico durante una rappresentazione teatrale. In prima fila cerchiamo di mostrare una rielaborazione idealizzata del sé, in conformità a un ruolo specifico. Nel pensiero di Goffman assume una certa importanza la comprensione delle interazioni nelle pratiche quotidiane, ponendo al centro dei suoi studi i processi interattivi. L'attenzione dello studioso è indirizzata ai criteri con cui l'individuo presenta se stesso e le sue azioni alle altre persone, alla modalità con cui controlla l'impressione che si forma negli altri e alle azioni che è possibile mettere in scena in presenza dell'interlocutore (Salvini & Dondoni, 2011). Salvini e Dondoni (2011) riprendono il pensiero di Goffman (1969), il quale evidenzia come in ogni sequenza interattiva possiamo individuare elementi ricorrenti. Egli individua la "rappresentazione" intendendo l'attività di un individuo svolta dinanzi a specifici osservatori e tale da influenzare gli stessi. Il secondo elemento è la "facciata", corrispondente alla rappresentazione della persona che funziona in maniera fissa, l'"equipaggiamento espressivo di tipo standardizzato" (1969, p. 33), con lo scopo di definire la situazione per coloro che lo osservano. Goffman indica come elemento il "contesto", riferendosi alla scenografia e alle regole a essa associate. Infine, gli "attori sociali" sono gli interpreti del ruolo drammaturgico appartenente a uno spazio condiviso e ai significati che sono attribuiti all'interazione.

Hogan (2010) riprende diversi aspetti dell'approccio di Goffman, come la gestione delle impressioni, utilizzando la metafora di una mostra piuttosto che di una rappresentazione

teatrale. Le capacità dei social media consiste nella possibilità di trovare una persona quando gli altri scelgono di guardare piuttosto che quando la persona decide di essere presente ed esibirsi. Mazzucato (2020) sostiene che l'utente dei social media:

“È impegnato in un processo di “cosmesi identitaria” in cui tenta di “truccare” e controllare ciò che gli altri potrebbero dire, cercando di mimetizzare i segni che si discostano da ciò che si intende far conoscere agli altri ed enfatizzando ciò che intendiamo esprimere agli occhi degli altri”.

Hollenbaugh (2021) evidenzia come il sé reale comprende le caratteristiche possedute dalla persona, mentre il sé ideale include le caratteristiche che la persona decide di avere (Higgins, 1987) e, citando Schlenker (1985), l'autopresentazione sui social media comprende “il tentativo di controllare le immagini di sé agli altri” (p. 67). Le persone desiderano che gli altri li vedano in un certo modo e i social media offrono innumerevoli occasioni per esibirsi e testare le concezioni di sé per un pubblico diverso (Hollenbaugh, 2021).

2.2 Cosa intendiamo con il termine “benessere”?

Il benessere è un costrutto complesso riguardante gli stati di funzionamento ed esperienze ottimali. Nonostante la domanda “Come stai?” sia apparentemente semplice, i ricercatori considerano la questione del benessere complessa e incerta (Ryan & Deci, 2001). L'Organizzazione mondiale della Sanità, per definire la salute, non pone l'attenzione soltanto sull'assenza di patologia ma sullo sviluppo del benessere, considerando aspetti fisici, psicologici e sociali. La ricerca attuale relativa al benessere deriva da due principali prospettive: quella edonica e quella eudaimonica.

Il primo concetto (Kahneman et al., 1999) si riferisce al benessere soggettivo basandosi sulla qualità della vita e sulla dimensione affettiva, come la presenza di emozioni positive e l'assenza di emozioni negative. Ryan e Deci (2001) evidenziano come l'approccio edonico si concentri sulla felicità. Secondo questa prospettiva il benessere è definito in termini di raggiungimento del piacere ed evitamento del dolore. La seconda prospettiva attribuisce il benessere all'auto-realizzazione, alle potenzialità, alle risorse individuali, alla costruzione di significati e obiettivi. L'approccio eudaimonico considera il benessere in termini di grado in cui una persona è pienamente funzionante

(Ryan & Deci, 2001). Questo punto di vista è stato definito eudaimonismo (Waterman 1993), basato sulla convinzione che il benessere rispecchi l'appagamento e la realizzazione. Alcuni autori criticano la suddivisione tra teorie edonistiche ed eudemonistiche, considerandola legittima in ambito filosofico ma non in quello psicologico, proponendo una prospettiva integrata in cui i due processi operano in simultanea (Kashdan et al., 2008).

Ryff (1989) presenta sei componenti caratterizzanti il benessere. La prima è l'accettazione di sé, intesa come valutazione e atteggiamenti positivi nei confronti della propria identità personale. La seconda componente riguarda gli scopi della vita, lo sviluppo della convinzione che la propria esistenza abbia un significato e una direzione definita. Inoltre l'autore si riferisce alla padronanza del proprio ambiente, in altre parole la capacità di scegliere e adattare situazioni di vita riguardo ai propri valori e ai bisogni specifici di ogni persona. Le relazioni positive sono determinate dalla costruzione di conoscenze costituite da fiducia, attaccamento ed empatia. Ryff indica l'autonomia come fonte di benessere, intesa come la capacità di determinare gli obiettivi per la propria vita e definire indipendentemente i mezzi per raggiungerli. Infine abbiamo la crescita personale, la realizzazione delle proprie potenzialità e dei propri talenti. Jayawickreme et al. (2012) affermano che lo studio del benessere è stato ostacolato dalla molteplicità delle teorie, come riportato da Diener et al. (2003), portando a una definizione sfocata ed eccessivamente ampia di questo costrutto. D'altra parte, concentrarsi su un unico approccio ha portato alla miopia nel modo in cui il termine "benessere" è inteso (Jayawickreme et al., 2012)

Il modo in cui si definisce il benessere influenza varie pratiche della quotidianità orientate a un'esperienza ottimale per le persone. È importante comprendere cosa intendiamo con il termine benessere e avere una visione generale di cosa favorisca questo stato, considerandolo come qualcosa che varia nel tempo e nello spazio, in diversi periodi dello sviluppo e in diverse culture. Christopher (1999) sostiene che le definizioni di benessere sono intrinsecamente radicate nella cultura. Lo studioso afferma che non può esistere una valutazione del benessere priva di valori, tutte le comprensioni del benessere sono essenzialmente visioni morali, basate sui giudizi degli individui e sul significato che essi attribuiscono allo star bene.

La definizione di benessere solleva interrogativi culturali sul significato e l'equivalenza dei costrutti. Salvini e Dondoni (2011) sostengono che la cultura plasma e dirige l'azione dell'uomo, attribuendogli significato, inserendo gli stati intenzionali in un sistema interpretativo. La cultura è vista come una struttura di significati incarnati in simboli per mezzo di cui gli uomini comunicano, perpetuano e sviluppano gli atteggiamenti nei confronti della vita. Come clinici non possiamo permetterci di leggere le azioni di persone di contesti culturali utilizzando le nostre categorie interpretative, i nostri sistemi di significato (Salvini & Dondoni, 2011). Il "benessere" ha assunto forme e modi differenti con riferimento ad un certo periodo storico e contesto socioculturale.

Diener (1997) descrive il benessere soggettivo (subjective well-being; SWB) riferendosi al modo in cui ogni persona valuta la propria vita. SWB è composto da tre componenti principali: soddisfazione per la vita, presenza di frequenti affetti positivi e relativa assenza di affetti negativi.

Seligman (2012) sostiene che la teoria del benessere è composta di cinque elementi e ognuno di essi ha tre proprietà. Nella teoria originale, Seligman (2002) afferma che la "felicità" è un costrutto formato da tre elementi: emozioni positive, impegno e significato. Seligman (2012) ha rivisto questa definizione, la quale è stata integrata con due elementi: relazioni positive e realizzazione. L'autore ha ridefinito il perno centrale della sua teoria come "benessere" piuttosto che "felicità", in modo da mettere in luce la natura multiforme della fioritura umana (Jayawickreme, 2012). Il benessere è definito dall'autore come un costrutto, nessun singolo elemento lo definisce esaustivamente ma a esso contribuiscono diversi aspetti, permettendo la costruzione del modello PERMA (Seligman, 2012). Nel termine PERMA, P si riferisce a "Positive Emotion", E a "Engagement", R a "Relationship", M a "Meaning", A a "Accomplishment". Il PERMA-Profilier è uno strumento in grado di misurare il benessere da un punto di vista eudaimonico e con l'attenzione agli aspetti legati alle emozioni positive e alla felicità. Lo strumento appare trans-teorico, offrendo anche una visione edonica e soggettiva del benessere (Giangrasso, 2018).

Seligman (2012) sostiene che il benessere si basi su diversi elementi che contribuiscono ad allontanarsi da una visione monista. Questi cinque elementi comprendono quello che le persone libere sceglieranno per il proprio bene. Il primo elemento è legato alla soddisfazione, alla gioia e alla positività. Riguarda le emozioni positive, come

esperienza soggettiva che corrisponde a uno stato di felicità rispetto a passato, presente e futuro. L'engagement riguarda l'uso della forza del carattere, dei talenti e delle capacità possedute da un individuo e si riferisce all'esperienza ottimale, ciò che è chiamato "flow experience". Seligman considera il significato, riferendosi al sentirsi parte di uno scopo più grande, richiede la ricerca di un significato più ampio, parte di qualcosa che consideriamo più grande della nostra esistenza individuale. La dimensione riguardante le relazioni si riferisce alla creatività e all'entusiasmo nelle relazioni sociali, le quali rappresentano l'elemento per esprimere e ricevere gratitudine, gentilezza, amore e sostegno. Infine, l'ultimo elemento preso in considerazione è la realizzazione, la gioia concernente il successo, il raggiungimento di un obiettivo come via all'autorealizzazione, l'impulso di migliorare noi stessi e di raggiungere gli obiettivi che ci siamo prefissati. Ogni elemento del benessere è definito da tre proprietà: contribuisce alla costruzione ma nessuna lo definisce, queste proprietà sono ricercate per il loro piacere intrinseco, ogni elemento è definito e misurato indipendentemente dagli altri (Seligman, 2012).

Molteplici risultati evidenziano che un fenomeno attuale che sta influenzando notevolmente il benessere è l'utilizzo dei social media. Numerosi studi dimostrano che un utilizzo eccessivo e problematico di queste piattaforme sia associato a livelli più bassi di benessere (Brooks, 2015; Wheatley & Buglass 2019). Brooks (2015) sostiene che quantità maggiori di utilizzo dei social media portino a una riduzione del benessere e minore felicità. Wheatley & Buglass (2019) supportano l'idea che l'utilizzo eccessivo dei social media contribuisca a spiegare i deficit riguardanti il benessere. Gli utenti che fanno un uso maladattivo riferiscono generalmente livelli di benessere inferiori, segnalano riduzioni della soddisfazione riguardante il tempo libero, il reddito e la vita in generale. Gli studiosi riprendono uno studio proposto da Satici e Uysal (2015) i quali hanno esplorato la relazione tra l'uso di social media e il benessere, trovando associazioni significative tra l'uso problematico di queste piattaforme e una diminuzione dei livelli di soddisfazione nei confronti della vita, minore felicità soggettiva e vitalità. Wheatley & Buglass (2019), basandosi sulla letteratura riportata, affermano che l'uso problematico dei social media è correlato a costrutti disadattivi che comportano una riduzione del benessere provocando minore autostima (Kuss & Griffiths, 2011), una

maggior solitudine (Ryan & Xenos, 2011), un inferiore rendimento (Kalpidou et al., 2011) e una minore felicità (Arampatzi et al., 2018).

Wirtz et al. (2020) si chiedono come e perché l'uso diffuso dei social media influenzi il benessere. Lo studio prende in considerazione i possibili effetti positivi, effetti negativi e la soddisfazione per la vita. I ricercatori dimostrano che un uso quotidiano maggiore dei social media comporta un minore benessere soggettivo. Nel valutare il motivo per cui l'uso dei social media ha determinato questo impatto negativo, il confronto sociale si è dimostrato un fattore predittivo. Più i partecipanti riferiscono di confrontarsi con gli altri utenti mentre utilizzano i social media, minore è il benessere che viene riportato. Wirtz et al. (2020) sostengono che il grado con cui le esperienze positive vengono presentate sui social media non è realistico e diverso dalla reale esperienza personale. I contenuti pubblicati attraverso queste piattaforme digitali creano un effetto contrastante, portando gli utenti ad una valutazione negativa della loro vita. L'interazione sociale attraverso i social media diverge nei suoi effetti dalle interazioni faccia a faccia tradizionali, vedendo gli altri come maggiormente felici e percependo sentimenti di isolamento sociale e solitudine (Wirtz et al., 2020). Hunt et al. (2018) propongono uno studio in cui ai soggetti viene chiesto di limitare l'utilizzo dei social media a dieci minuti per piattaforma al giorno per un periodo di tre settimane. Nel gruppo sperimentale, al termine del tempo previsto, si registra un declino dei sintomi depressivi e della solitudine, impattando significativamente sul benessere. I soggetti hanno riportato che non confrontare la propria vita con quella degli altri ha avuto un impatto importante, riuscendo a sentirsi più positivi con se stessi. Altri utenti riconoscono che utilizzare meno i social media li ha resi più felici in quanto possono concentrarsi in altre attività e non essere impegnati a controllare quello che gli altri utenti stanno facendo. Marttila et al. (2021) sostengono che l'utilizzo problematico dei social media può innescare una riduzione del benessere a causa del deterioramento delle relazioni sociali. I risultati delle analisi proposte dagli autori evidenziano che la solitudine è un elemento fondamentale nel comprendere la relazione tra l'utilizzo delle piattaforme digitali e l'impatto negativo sul benessere.

Il modo in cui utilizziamo i social media modella la nostra felicità e il nostro benessere quotidiano (Wirtz et al., 2020). I social media continuano ad esistere e il loro utilizzo crescerà nel futuro. Poiché sempre più persone dedicano una quantità crescente di

tempo utilizzando le tecnologie, il potenziale dei possibili effetti negativi è in aumento (Brooks, 2005).

Avere quindi una visione di quello che sta accadendo, comprendendo i fattori impattanti sul nostro benessere e acquisire una comprensione su come poter contribuire a rimediare a questi effetti, è di vitale importanza per continuare a utilizzare le piattaforme salvaguardando la nostra salute. In questo lavoro consideriamo diverse variabili influenzanti il benessere, comprendendo l'influenza delle moderne piattaforme digitali.

2.3 La felicità attraverso i social media

L'enorme e crescente quantità di tempo ed energie che le persone investono nell'utilizzo dei social media solleva la domanda rispetto a quali sono le conseguenze di quest'utilizzo per il benessere soggettivo e la felicità. Come abbiamo visto nel secondo paragrafo del capitolo, l'approccio edonico pone al centro dell'importanza la felicità e il benessere consiste nel suo raggiungimento.

Jean Jacques Rousseau indica che: "Tutti gli esseri umani vogliono essere felici; peraltro, per raggiungere una tale condizione, bisogna cominciare col capire che cosa si intende per felicità". Il termine "felicità" deriva da *felicitas*, *felix*, *felice*, e indica chi appaga i propri desideri (Dizionario Etimologico Online), la radice "fe-" significa soddisfatto, appagato. Diener et al. (2009) sostengono che un elemento considerevole della vita è la felicità, ma la sua natura non è stata definita in modo uniforme. La felicità, secondo gli autori, può indicare tra tanti concetti piacere, soddisfazione per la vita, emozioni positive, una vita significativa o un sentimento di appagamento. Il termine felicità racchiude molteplici significati e per questo spesso è evitato oppure i ricercatori preferiscono usare il termine "benessere soggettivo" (Diener et al., 2009).

Veenhoven (1991) concepisce la felicità come "il grado in cui un individuo giudica favorevolmente la qualità complessiva della sua vita" (p. 2). La felicità indica secondo l'autore quanto a una persona piace la vita che conduce, quanto è soddisfatta di essa. La valutazione complessiva che compiamo attinge a due fonti d'informazione: quanto ci si sente bene in una visione generale e quando ci si pone a confronto con vari standard di successo. Quando si parla di componente affettiva della felicità, ci si riferisce al grado in cui gli affetti che sono sperimentati da una persona sono percepiti come piacevoli. La

componente cognitiva riguarda invece l'appagamento e rimanda al grado in cui una persona percepisce le sue aspirazioni da soddisfare (Veenhoven, 1991). Veenhoven (1991) afferma che la teoria della felicità relativa si basa su tre postulati. La felicità è il risultato di un paragone, valutando il grado in cui la percezione della propria vita soddisfa gli standard individuali di come essa dovrebbe essere. Inoltre gli standard di confronto si adeguano aumentando secondo i miglioramenti della condizione di vita. Infine questi standard sono arbitrari, sono costrutti mentali individuali ed essi non soddisfano necessariamente i reali requisiti per una vita considerabile come buona. Le persone possono desiderare cose che realmente sono cattive e non volere ciò di cui hanno bisogno.

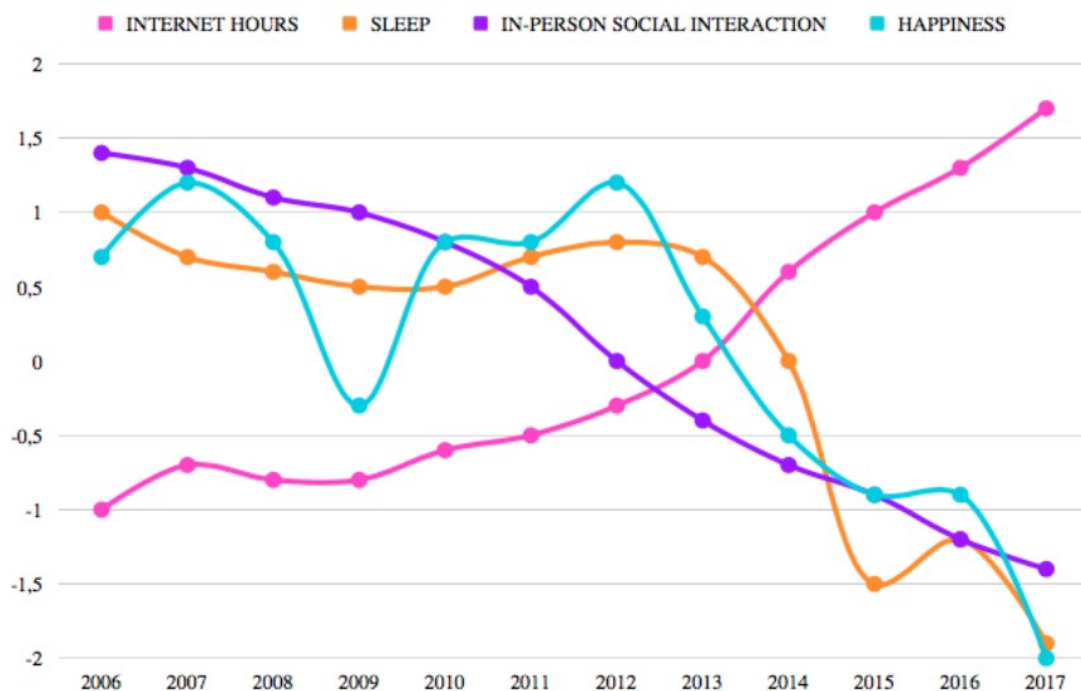
Il World Happiness Report offre delle valutazioni sulla vita, fornendo la base per la comprensione della felicità. Il report presenta una classifica riguardante i gradi di felicità percepita nei diversi paesi. Questa valutazione deriva dalla considerazione di diverse variabili influenzanti la felicità: il PIL pro capite, il supporto sociale, l'aspettativa di vita sana, la libertà di fare scelte di vita, la generosità, le percezioni di corruzione. Il rapporto proposto nel 2021 è il nono World Happiness Report. Esso si concentra sugli effetti del Covid-19 e sull'influenza che la pandemia ha avuto sulle persone in tutto il mondo, considerando la felicità, la vita, la fiducia, l'incidenza sul benessere, la salute mentale, le connessioni sociali, la sfera lavorativa. Le analisi proposte evidenziano che la salute mentale è stata una delle vittime della pandemia. Il distanziamento fisico e l'auto-isolamento rappresentano una sfida significativa per quanto riguarda le connessioni sociali delle persone, considerate vitali per la loro felicità. Il report sostiene che le persone in cui il senso di connessione ha mostrato un declino, hanno riportato minore felicità, così come le persone in cui la solitudine è aumentata e il cui supporto sociale è diminuito.

Il World Happiness Report proposto nel 2019 considera i modi principali in cui la tecnologia influenza le persone. Gli autori prendono in considerazione le conseguenze relative all'utilizzo delle piattaforme digitali, in particolare dei social media e l'incidenza che essi hanno sulla felicità degli utenti. Diverse tipologie di prove collegano l'uso crescente dei media digitali con la felicità in calo. I big data influenzano il modo in cui misuriamo la felicità. I capitoli mostrano come le fiorenti tecnologie dell'informazione favoriscono la complessità delle connessioni umane e virtuali.

Il capitolo cinque del Word Happiness Report (2019) è stato redatto da Twenge e si concentra sul triste stato della felicità e il ruolo dei media digitali.

L'autore sostiene che la felicità e la soddisfazione per la vita sono aumentate tra il 1991 e il 2011 e in seguito hanno visto un improvviso declino dopo il 2012. Sia gli adolescenti che gli adulti hanno riportato una felicità significativamente inferiore rispetto agli anni precedenti. Il declino della felicità è descritto come paradossale. Nell'ultimo decennio le attività svolte di fronte allo schermo, in particolare l'utilizzo dei media digitali come giochi e social media, hanno registrato un incremento considerevole, accelerando dopo il 2012. Pertanto, la quantità crescente di tempo che le persone trascorrono interagendo attraverso l'uso dei dispositivi elettronici, può collegarsi direttamente con l'infelicità. Nel capitolo si sostiene che la quantità di tempo trascorsa online è aumentata e nello stesso momento il sonno e le interazioni sociali di persona sono diminuiti, di pari passo con un calo della felicità generale.

FIG. 2.1 *Tempo trascorso in Internet, dormire più di sette ore a notte, frequenza delle interazioni sociali di persona e felicità generale (Word Happiness Report, 2019)*



In una revisione critica, Verduyn et al. (2017) hanno esaminato la relazione tra social media e benessere soggettivo. Gli autori hanno verificato che l'uso passivo dei social media può renderci infelici. Questo avviene attraverso il confronto sociale e l'invidia.

Verduyn et al. (2017) affermano che l'autovalutazione dipende dal modo con cui ci si confronta con le altre persone, un processo chiamato "confronto sociale" (Festinger, 1954). Inoltre, le persone che utilizzano passivamente le piattaforme digitali sarebbero più infelici poiché provano invidia. L'invidia è definita da Smith e Kim (2007) come "una miscela spiacevole e spesso dolorosa di sentimenti caratterizzati da inferiorità, ostilità e risentimento causati dal confronto con una persona o un gruppo di persone che possiedono qualcosa che desideriamo" (p. 49).

Chou e Edge (2012) dimostrano che, quando le persone hanno maggiori interazioni offline, riescono a conoscere le storie reali degli interlocutori, prendendo in considerazione sia gli aspetti positivi sia negativi delle loro vite. Gli utenti invece che utilizzano maggiormente i social media hanno più probabilità di creare una visione della vita degli altri come più felice, influenzando negativamente il proprio benessere. Chi utilizza le piattaforme tende a basare i propri giudizi su esempi facilmente richiamabili (l'euristica della disponibilità). In secondo luogo, gli utenti tendono ad attribuire gli elementi positivi che sono presentati sui social media alla personalità degli altri rispetto a fattori situazionali (bias di corrispondenza). Quando sono viste le foto felici pubblicate da altri utenti, si tende a concludere che essi siano felici, non prendendo in considerazione le circostanze o le situazioni che hanno portato a questo stato. Questo si verifica soprattutto verso quegli utenti che non si conoscono personalmente (Chou & Edge, 2012).

2.4 Relazioni online o solitudine?

In un mondo sempre maggiormente digitalizzato, i social media sono profondamente radicati in molte relazioni quotidiane e consentono agli utenti di comunicare, condividere informazioni e artefatti digitali come foto e video tra loro, in gruppi, comunità o grandi reti. Con l'utilizzo di queste piattaforme digitali gli utenti possono incontrarsi virtualmente, fare amicizie e lavorare con persone anche distanti intraprendendo delle relazioni che altrimenti non sarebbero accessibili. Nel primo

capitolo abbiamo preso in considerazione i motivi per cui sono utilizzati i social media, evidenziando come una delle motivazioni che spinge gli utenti a connettersi a queste piattaforme è che esse offrono diversi modi di comunicazione e di espressione con gli altri, consentendo l'interazione tra le persone in molteplici modi. Uno dei quattro obiettivi individuati da Hoffman e Novak (2012) nell'utilizzare i social media è di "connettere".

Nel primo paragrafo abbiamo compreso come i social media offrano una molteplicità di occasioni per creare "identità", interagendo con altri utenti. Seguendo l'approccio di Goffman, ripreso da Hogan (2010), gli utenti dei social media presentano una versione di sé "ideale" piuttosto che autentica. Possiamo quindi pensare che le relazioni che si instaurano attraverso queste piattaforme siano delle esibizioni di performance che si verificano in presenza di un certo gruppo di osservatori e hanno una certa influenza su di essi (Goffman, 1969).

Questa presentazione di un "ideale" attraverso i social media porta gli utenti a costruire solide relazioni o si percepiscono in realtà soli circondati da identità virtuali? La solitudine è spesso stigmatizzata, banalizzata o ignorata ma essa sta emergendo come un problema reale per la salute pubblica, come una condizione in cui una persona ha la percezione di essere socialmente isolata nonostante sia in mezzo ad altre persone (Cacioppo & Cacioppo, 2018). Rosedale (2007) considera quanto indicato da D'Abo (1972). Quest'ultimo indica che, nonostante la solitudine sia un'esperienza familiare per molte persone, la sua definizione non è coerente. I sinonimi presenti nel dizionario usati per definire la solitudine si concentrano sui significati di alienazione mentale, estraniamento, isolamento, separazione. D'Abo evidenzia che la solitudine è descrivibile come un continuum che parte da stati o condizioni negative a stati ambigui e altri associati ad affetti positivi.

Rosedale (2007) sostiene che nell'uso contemporaneo il significato che è attribuito alla solitudine è solitamente peggiorativo, descritta come una patologia della società moderna. L'autore evidenzia come una ricca letteratura descrive le esperienze in cui le persone provano sentimenti di solitudine che vanno da situazioni avverse, insoddisfatte, alienanti e terrificanti a stati considerati come collegati alla crescita personale, alla creatività, alla scoperta, al significato e alla libertà. L'autore, riprendendo vari studiosi come Heidegger, Kierkegaard e Tillich, sostiene che la solitudine non sempre è stata

vista come un problema. I filosofi e gli umanisti esistenziali suggeriscono che la solitudine è essenziale per la condizione umana, essa offre la possibilità di riflettere, scoprire, immaginare e guida le persone nell'inventare il proprio futuro. Riprendendo la descrizione riportata dall'Oxford Universal Dictionary (1964), la solitudine significava completezza nel proprio essere singolare e per questo le conseguenze negative relative all'essere soli non erano percepite come lo sono oggi (Rosedale, 2007).

Considerando ricerche recenti in letteratura, Heu et al. (2021) affermano che la solitudine è definita tipicamente come un'esperienza negativa e soggettiva di una menomazione o mancanza relazionale, diversa dallo stato oggettivo riguardante l'essere solo. Gli autori sostengono sono identificabili quattro aspetti principali attribuibili alle esperienze di solitudine: l'autoalienazione, sentimenti con sensazioni di vuoto, irrealtà e percezione di non avere alcuna connessione con se stessi o con il mondo circostante; isolamento interpersonale, quindi la mancanza di una relazione intima, di un altro specifico, un'esperienza in cui la persona si sente diversa dagli altri, socialmente rifiutata o abbandonata; agonia, esperienze emotive negative; reazioni stressanti fisiologiche o comportamentali.

Cacioppo et al. (2015) sostengono che la solitudine è un fattore di rischio di rilevante importanza e influenzante la salute fisica e mentale ed essa corrisponde a una differenza tra l'ideale riguardante le relazioni sociali e quelle reali di un individuo (Peplau & Perlman, 1982). Questo concetto evidenzia che il sentimento di solitudine non rileva necessariamente il fatto di essere soli. Peplau & Perlman (1982) descrivono la solitudine come un'esperienza spiacevole la quale ha luogo quando la rete delle relazioni sociali che possiede una persona è carente, prendendo in considerazione la qualità o la quantità. Gli autori sostengono che questa definizione condivide tre punti, in accordo con la visione che la maggior parte degli studiosi hanno in merito alla solitudine. In primo luogo, la solitudine deriva da una carenza nelle relazioni di una persona, causando una discrepanza tra le aspettative relazionali, i bisogni e desideri di contatto sociale e le reali connessioni. Secondo, la solitudine è soggettiva e non può essere considerata come un sinonimo dell'isolamento sociale. Terzo, l'esperienza provocata dalla solitudine è considerata come avversa. Peplau e Perlman (1982) sostengono che nonostante la solitudine possa essere uno stimolo incoraggiante la crescita personale, è vissuta con esito spiacevole e angosciante.

Cacioppo et al. (2015), riprendendo quanto affermato da Cacioppo e Patrick (2008), riportano che le specie sociali non richiedono semplicemente la presenza di altre persone, ma questa presenza deve essere di altri significativi, dei quali è possibile coltivare fiducia, che danno un obiettivo nella vita e con cui è possibile pianificare, interagire e lavorare insieme. Cacioppo et al. (2015) sostiene la letteratura esistente affermando che la solitudine è un costrutto articolato e include tre dimensioni: la solitudine intima, la solitudine relazionale e la solitudine collettiva. Gli autori descrivono la connessione intima come le esperienze di valore sociale come individuo, la connessione relazionale come le esperienze con un valore sociale nelle relazioni di amicizia e infine la connessione collettiva, le esperienze concernenti l'identità collettiva e di appartenenza a un gruppo.

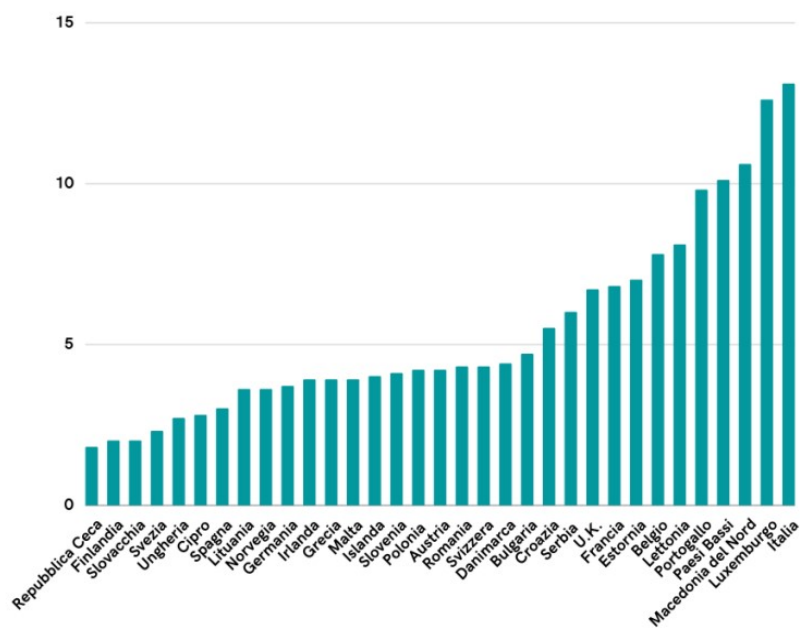
Il Joint Research Centre (JRC), il quale offre il servizio di scienza e conoscenza della Commissione Europea, ha pubblicato nel 2021 una ricerca relativa alla solitudine in Europa. La solitudine viene descritta come la percezione di una discrepanza tra le relazioni desiderate e reali di una persona, con l'idea che esse non siano sufficientemente soddisfacenti e viene proposta come un'esperienza estremamente negativa. Il report dimostra che la solitudine e l'isolamento sociale hanno ripercussioni preoccupanti sulla salute mentale e fisica e in aggiunta conseguenze significative riguardanti la coesione sociale e la fiducia nei confronti della comunità. La solitudine e l'isolamento sono riconosciuti come problemi critici, che meritano una notevole attenzione e che devono essere affrontati con strategie di intervento efficaci.

Secondo un sondaggio pubblicato nel 2020 dalla compagnia sanitaria "Cigna" più di tre americani su cinque sono soli. Sempre più persone riportano di sentirsi esclusi, poco compresi e privi di compagnia. Nel 2018 il sondaggio è stato condotto per la prima volta e in due anni c'è stato un aumento di quasi il 13% per quanto riguarda la solitudine riportata. Demarinis (2020) sostiene che la solitudine ha effetti diffusi. Essa è fortemente legata a problemi di salute mentale e le prove indicano che influisce anche sulla salute fisica.

Nel 2017 Eurostat presenta i dati riguardanti la solitudine sperimentata dalla popolazione europea. I partecipanti al sondaggio sono di età pari o superiore ai sedici anni. I dati dimostrano che il 6% della popolazione dichiara di non avere nessuno cui chiedere un aiuto in caso di bisogno. La stessa percentuale della popolazione europea,

ammette di non avere nessuno con cui possa discutere argomenti riguardanti questioni personali. Nella figura riportata possiamo visualizzare la media delle risposte nei diversi Stati.

FIG. 2.2 *Not having anyone to ask for help* (Eurostat, 2017)
 % of population ager 16 or over



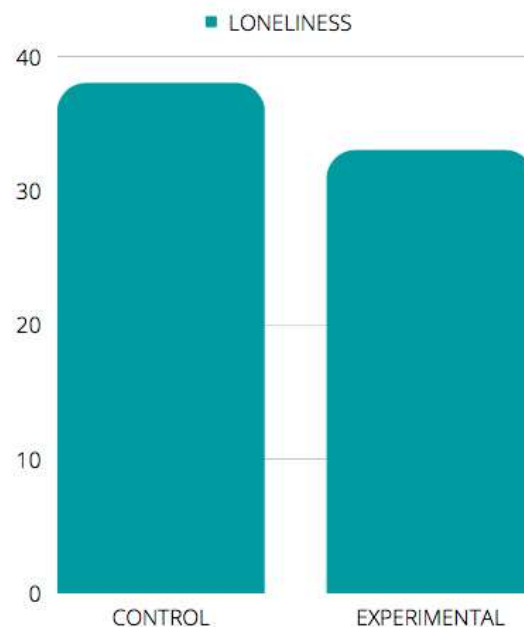
Il rapporto proposto da Cigna rileva che la solitudine è maggiormente comune tra la popolazione di sesso maschile e gli utenti “pesanti” dei social media riportano maggiori sentimenti relativi al sentirsi soli rispetto agli utenti “leggeri”. I sentimenti di solitudine sono prevalenti tra la Generazione Z (18-22 anni) che presenta il punteggio medio più alto, mentre i Baby Boomers (55-75 anni) hanno il più basso.

Nowland et al. (2018) sostengono che con l'ascesa dei social media le relazioni sociali si sono sempre più sviluppate e mantenute attraverso il dominio digitale. Turkle (2012) evidenzia come lo sviluppo della tecnologia prometta vicinanza, offrendo alle volte dei

risultati, ma gran parte della vita moderna ci consente di essere meno connessi realmente alle persone e più connessi alle loro simulazioni. L'autore suggerisce che le tecnologie sociali stiano sostituendo l'intimità che caratterizza le relazioni umane con una comunicazione superficiale. Le persone vengono così lasciate prive di interazioni intime con gli altri, portando a una riduzione della qualità delle relazioni e a un aumento della solitudine.

Hunt et al. (2018) hanno presentato un esperimento volto a comprendere l'influenza dell'utilizzo dei social media sulla solitudine. Parte del campione sperimentale è stata assegnata in modo casuale a limitare l'uso dei social media (Facebook, Instagram e Snapchat) a dieci minuti per ciascuna piattaforma al giorno. Al secondo gruppo è stato indicato di utilizzare i social media come al solito per un tempo di tre settimane. Come possiamo comprendere osservando il grafico sottostante, il gruppo a uso limitato ha dimostrato riduzioni significative dei livelli di solitudine percepiti rispetto al gruppo di controllo dopo tre settimane.

FIG. 2.3 *Loneliness at week 4 by condition* (Hunt et al., 2018)



I ricercatori suggeriscono che limitare l'utilizzo dei social media a circa trenta minuti giornalieri può portare a un miglioramento significativo del benessere. Marttila et al. (2021) evidenziano che l'aumento dell'utilizzo dei social media predice un aumento della solitudine, con una conseguente diminuzione del benessere e della soddisfazione della vita.

2.5 Sonno e benessere, l'importanza del sonno per la salute

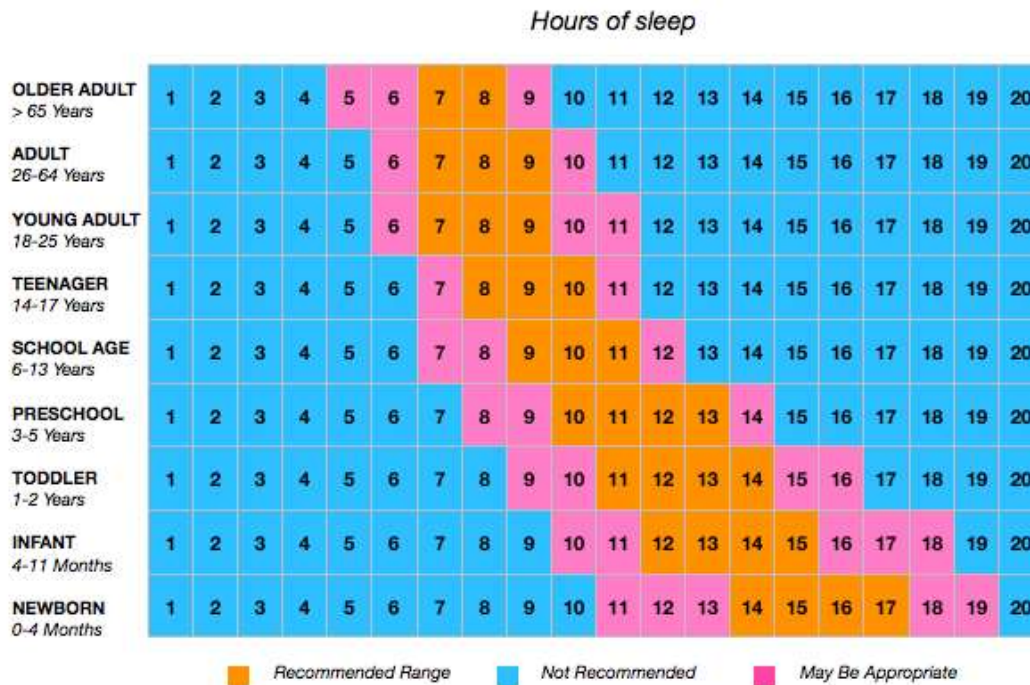
Il benessere, fisico e psicologico, è influenzato dalle attività che si evolvono intorno a noi. Quantità adeguate di sonno opportunamente programmato influenzano i livelli di salute (Luyster et al., 2012).

L'obiettivo proposto dalla National Sleep Foundation (NSF) è quello di migliorare la salute e il benessere attraverso l'educazione e la difesa del sonno. La NSF si focalizza sul progresso del sonno, il quale è descritto come un segno vitale per la nostra salute. L'impatto del sonno viene descritto come reale e influenzante ognuno di noi. La National Sleep Foundation (2020) indica quattro elementi che ci consentono di misurare la qualità del nostro sonno. Il primo è la latenza, quanto tempo ci vuole per addormentarsi. Il secondo elemento corrisponde al sonno-veglia, la frequenza con cui ci si sveglia durante la notte. L'elemento "sveglia" invece si riferisce a quanti minuti si trascorrono svegli durante la notte dopo che ci si è addormentati per la prima volta. L'ultimo elemento considerato è l'efficienza, la quantità di tempo trascorsa effettivamente dormendo mentre si è a letto.

Il sonno svolge una funzione essenziale consentendo al corpo e alla mente di ricaricare le energie, in modo da essere riposati e vigili al risveglio (Pacheco & Singh, 2022). Gli autori sostengono che un sonno sano aiuta anche il corpo a mantenersi in salute e a prevenire le malattie. Quando si tratta il tema del dormire, la quantità è importante ma lo è anche la qualità, la quale consente di ottenere benefici fisici, mentali ed emotivi. La qualità del sonno è misurata in conformità a quanto si sta dormendo bene, ottenendo un sonno riposante e ristoratore.

La Fondazione ha pubblicato i risultati di uno studio svolto a livello mondiale riguardante un aggiornamento delle linee guida delle ore di sonno necessarie in relazione alle diverse fasce d'età.

FIG. 2.4 Recommended Sleep Duration (National Sleep Foundation, 2022)



Un'adeguata quantità e qualità del sonno sono variabili essenziali per far fronte ai principali eventi della vita. Allo stesso tempo, una scarsa qualità del sonno ha un notevole impatto negativo sulla salute e sul benessere (Chow, 2020).

L'istituto Superiore di Sanità (2020) afferma che quasi un italiano su tre dorme un numero di ore insufficiente e una persona su sette riporta una qualità del sonno considerata scarsa. Varghese et al. (2020) utilizzano i dati di uno studio trasversale condotto nel 2019 su un campione rappresentativo della popolazione adulta italiana. L'insoddisfazione del sonno è stata riportata dal 14,2% del campione e il sonno insufficiente, per quanto riguarda la durata, dal 29,5% degli adulti. I ricercatori sostengono che in Italia i problemi del sonno auto-percepiti sono in aumento, dato allarmante considerando che un sonno adeguato è necessario per una buona qualità della vita, del benessere e della produttività.

Chow (2020) evidenziano che i processi di dormire, mangiare e muoversi, assieme alla cognizione e all'apprendimento, supportano la salute, la vita e il benessere, psicologico

e fisico. L'autore riprende diversi studi di seguito riportati in cui vengono considerati i possibili impatti negativi che la perdita o la scarsa qualità del sonno hanno sul nostro benessere. Zhao et al. (2019) affermano che le persone che riportano episodi di insonnia o una breve durata del sonno dimostrano minori gradi di felicità, evidenziando solide associazioni tra queste due variabili. Gli autori affermano che questi risultati sono in linea con altri studi psicologici che mostrano un'associazione negativa tra la scarsa qualità del sonno, la salute mentale e il benessere. Haack e Mullington (2005) sostengono la relazione tra i problemi relativi alla qualità del sonno, i quali possono portare a stanchezza, affaticamento, disagio fisico, disturbi cognitivi e conseguente riduzione del benessere. Inoltre, il sonno influisce sull'aumento del peso, come conseguenza alla crescente assunzione di cibo in risposta alla grelina, l'ormone della fame, e una diminuzione della leptina, l'ormone della sazietà (Van Cauter & Knutson, 2008). Van Cauter e Knutson (2008) descrivono il sonno come un importante modulatore della funzione neuroendocrina e influenzante il metabolismo del glucosio ed evidenziano come la tendenza a una durata del sonno inferiore si è sviluppata contemporaneamente al drammatico aumento dell'obesità. Gli autori affermano che la perdita cronica del sonno aumenta il rischio di presentare diabete, alterazioni cardiovascolari e altre patologie.

Harvey et al. (2008) definiscono che il significato attribuito alla qualità del sonno si riferisce a effetti positivi come una migliore salute, meno sonno diurno e un grado maggiore di benessere e di funzionamento psicologico. Il campione utilizza i seguenti parametri per valutare la qualità del sonno: il sentirsi riposati e ristabiliti al risveglio e il sentirsi vigili per tutto il giorno. Buysse et al. (1989) descrivono la qualità del sonno come un costrutto clinico di rilevante importanza. Nonostante questo, una consistente percentuale della popolazione lamenta frequenti disturbi e scarsa qualità del sonno. Gli autori evidenziano che la qualità del sonno include sia aspetti quantitativi come la durata, la latenza o i risvegli, ma si riferisce anche ad aspetti maggiormente soggettivi, come la profondità o il riposo del sonno. Gli elementi che definiscono il livello del sonno e la loro importanza relativa mostrano una variazione da persona a persona (Buysse et al., 1989).

Il "Pittsburgh Sleep Quality Index" (PSQI) è un questionario di autovalutazione il quale rileva la qualità del sonno in un intervallo temporale di un mese. Il questionario è

composto di diciannove singole voci le quali generano sette punteggi: qualità soggettiva del sonno, latenza del sonno, durata del sonno, efficienza abituale del sonno, disturbi del sonno, uso di sonniferi e disfunzione diurna. La somma dei punteggi delle sette componenti costituisce il punteggio globale (Buysse et al., 1989). PSQI è stato elaborato al fine di fornire una misura affidabile, valida e standardizzata, in grado di inquadrare la qualità del sonno, discriminare tra sonno “buono” e “povero”, offrire un indice facilmente utilizzabile dai soggetti e interpretabile da parte di clinici e ricercatori, fornire una valutazione breve e allo stesso tempo clinicamente utile delle variabili che potrebbero influire sulla qualità del sonno (Buysse et al., 1989).

Le osservazioni proposte dalla National Sleep Foundation concernenti le abitudini per la salute del sonno, evidenziano che un buon sonno inizia dalle attività che sono svolte durante il giorno. Dal momento in cui ci svegliamo, stiamo influenzando il sonno per la notte successiva. Il dati proposti nel 2022 dimostrano che la routine quotidiana che viviamo crea delle condizioni inadeguate per dormire bene durante la notte.

Il nostro studio si concentra sulla comprensione di un'attività che si presuppone influenzare il sonno: l'utilizzo dei social media. La NSF (2022) dimostra come una consistente percentuale della popolazione si rilassa la sera di fronte alla luce blu proveniente da telefonini, laptop e TV. Quest'abitudine ha il potenziale di tenerci svegli la notte, come non fossimo in grado di spegnere i nostri schermi. Il sondaggio proposto nel 2022 riporta un dato preoccupante dal punto di vista della salute e del sonno: il 58% del campione afferma di aver guardato gli schermi entro un'ora prima di coricarsi. Interagire con i dispositivi, come scorrere i feed dei social media, coinvolge un impegno notevole alla nostra mente, mantenendola funzionante e impedendo il rilassamento prima di dormire.

Graham et al. (2021) si occupano di uno studio il cui obiettivo principale è quello di indagare se limitare l'utilizzo dei social media possa portare ad un aumento del benessere e della qualità del sonno. I partecipanti allo studio hanno limitato l'uso dei social per una settimana. I risultati dimostrano che, rispetto al gruppo di controllo che ha continuato ad utilizzare i social media come da abitudine, prendere una pausa dalle connessioni alle piattaforme digitali ha portato un miglioramento del benessere, apparentemente influenzato da cambiamenti relativi alla qualità del sonno.

Levenson et al. (2016) propongono uno studio riguardante un campione composto da giovani adulti. I ricercatori hanno scoperto associazioni coerenti, sostanziali e progressive tra l'utilizzo dei social media e i disturbi del sonno. La relazione è influenzata dalla frequenza con cui gli utenti utilizzano le piattaforme digitali, mettendo in atto comportamenti che assumono caratteri ossessivi di "controllo", indicando che la frequenza delle visite è un predittore importante della difficoltà del sonno. Cain e Gradiser (2010) riportano che il coricarsi più tardi e il tempo di sonno breve sono correlati all'uso dei social media. Levenson et al. (2016) riprendono quest'ultimo studio, il quale descrive come l'uso dei social media influenzi il sonno in tre modi. In primo luogo, l'utilizzo dei social media può sostituire il sonno, in quanto gli utenti rimangono svegli fino a tardi per controllare quanto accade sulle piattaforme. In secondo luogo, l'uso dei social media può aumentare l'eccitazione emotiva, cognitiva e fisiologica. In terzo luogo, la luce emessa dai dispositivi con i quali vengono utilizzati i social media può influenzare e alterare i ritmi circadiani (Chang et al., 2015). Levenson et al. (2016) affermano che, in ognuno di questi casi, il sonno è disturbato in quanto i social media offrono stimolazione e gratificazione.

Espinosa (2011) afferma che, in una ricerca condotta su un campione di giovani, il 37% ha riferito di aver perso il sonno almeno una volta in quanto ha visitato un social media. In linea con la letteratura presentata, Woods e Scott (2016) sostengono che un utilizzo maggiore dei social media è associato a un sonno peggiore e di ridotta qualità. Gli autori affermano che i social media inviano avvisi in ogni momento della giornata. Le notifiche ricevute durante la notte possono causare dei disturbi per quanto riguarda il sonno. Gli autori riportano i dati presentati da Lenhart et al. (2010). Essi dimostrano che l'86% dei giovani dorme tenendo il telefono in camera da letto e in molti casi persino sotto il cuscino o in mano. Gli avvisi costanti influiscono creando una notevole pressione per essere disponibili in ogni momento, favorendo la paura di perdersi (Thome et al., 2010). Thome et al. (2010) sostengono che le richieste di realizzazione, disponibilità e dipendenza personale sono state le cause principali di un'esposizione alle tecnologie elevata. Un contributo importante dello studio proposto da Woods e Scott (2016) è stato la scoperta che l'uso specificatamente notturno dei social media e l'investimento emotivo sono correlati a scarsità del sonno. Questa scoperta ci suggerisce che l'uso dei social media in particolare a letto, porta a coricarsi più tardi e incide sulla

durata del sonno, contribuendo all'aumento di stati d'ansia riguardante il non essere collegati alle piattaforme, rendendo difficile disimpegnarsi dalle intenzioni sociali.

CAPITOLO 3.

IPOTESI DELLA RICERCA

L'uso dei social media è aumentato considerevolmente nell'ultimo decennio e i dati dimostrano che il numero di utenti giornalieri è quasi raddoppiato (Eurostat, 2021; Pew Research, 2021). Kuss et al. (2014) affermano che i social media stanno acquisendo una presenza rilevante nella quotidianità, guadagnando una popolarità crescente nell'ultimo decennio, con individui sempre più impegnati a connettersi con gli altri.

Martilla et al. (2021) riportano che, poiché la tecnologia media sempre di più gli stili di vita delle persone, ci sono più motivi per una varietà di comportamenti online considerabili come problematici ed eccessivi relativi all'utilizzo delle piattaforme (Kuss et al., 2014). I ricercatori hanno sviluppato nuovi concetti, come "uso problematico dei social media" (Bányai et al., 2017) per comprendere l'effetto dei mondi digitali sulla vita delle persone (Martilla et al., 2021).

Con il nostro studio, ci proponiamo di descrivere le differenze di genere e di età in relazione all'utilizzo problematico dei social media tra il campione di riferimento (ipotesi 1 e 2), di verificare l'associazione tra il benessere e l'utilizzo problematico dei social media (ipotesi 3), considerando la felicità (ipotesi 4), la solitudine (ipotesi 5) e la qualità del sonno (ipotesi 6 e 7).

La prima ipotesi di ricerca riguarda le differenze di genere nell'uso problematico dei social media (PSMU). Livelli più elevati di PSMU sono comunemente rilevati tra le donne (Marino et al., 2020). Twenge e Martin (2020) suggeriscono che donne e uomini differiscono nelle attività svolte attraverso i media digitali. Le donne trascorrono il loro tempo utilizzando i social media impegnate nelle interazioni sociali e nel mantenimento delle relazioni, mentre gli uomini sono impegnati in scopi interattivi come leggere informazioni e giocare (Muscanell et al., 2012; Twenge & Martin, 2020). Gli autori affermano che le attività svolte dalle donne attraverso i social media potrebbero portare a una maggiore inclinazione al confronto sociale e alla propensione a cercare feedback dagli altri utenti, incrementando un utilizzo problematico delle piattaforme digitali. La ricerca di Yau e Reich (2018) evidenzia che le donne trascorrono più tempo rispetto agli uomini a creare con cura la propria immagine online. L'uso dei social media è legato alle preoccupazioni per la propria rappresentazione tramite il mondo virtuale. I confronti

attraverso i social possono promuovere maggiori preoccupazioni riguardanti l'immagine nelle giovani donne adulte (Fardouly & Vartanian, 2016; Tiggemann & Slater, 2017). In linea con la letteratura presentata, ci aspettiamo una maggiore problematicità nell'uso dei social media nel campione rappresentante il genere femminile rispetto a quello maschile (ipotesi 1).

La seconda ipotesi di ricerca da noi sottoposta a verifica riguarda la relazione tra l'età dei partecipanti e l'utilizzo problematico dei social media. È riconosciuto che i giovani usano i social media con più frequenza rispetto alle persone adulte e anziane, portando a un "divario digitale" intergenerazionale (Pfeil et al., 2009). La maggior parte delle ricerche relative all'utilizzo dei social media si concentra sulla popolazione dei giovani, evidenziando le preoccupazioni relative al potenziale impatto delle piattaforme digitali sulle nuove generazioni. Ci aspettiamo di riscontrare maggiori livelli di utilizzo problematico dei social media nella fascia di età più giovane (ipotesi 2).

Con la terza ipotesi ci proponiamo di indagare la relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e il benessere emotivo. Attualmente, come affermano Martilla et al. (2021), la letteratura riguardante i risultati della relazione tra l'utilizzo dei social media e il benessere è contraddittoria e ambigua. L'utilizzo dei social media potrebbe avere un effetto positivo sul benessere delle persone (Kim & Lee, 2011). Tuttavia, un ampio corpus di ricerche associa la presenza nel mondo digitale a diversi effetti avversi, come ansia e depressione (Primack et al., 2017; Keles et al., 2019) e ridotto benessere soggettivo (Brooks, 2015; Wheatley & Buglass 2019). Dai dati raccolti attraverso lo studio presentato, ci aspettiamo che le persone che utilizzano in maniera problematica i social media riportino un grado minore di benessere (ipotesi 3).

In particolare, ci soffermiamo su tre variabili del benessere frequentemente associate all'utilizzo dei social media: la felicità (Chou & Edge, 2012), la solitudine (Martilla et al., 2020) e la qualità del sonno (Woods & Scott, 2016).

Ci proponiamo di indagare l'influenza di una prima variabile come moderatrice della relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e il benessere percepito: la felicità. Akin (2012) individua una relazione negativa tra dipendenza da internet e felicità soggettiva, la quale influenza il benessere. Chou e Edge (2012) hanno riportato che gli utenti che utilizzano Facebook con una maggiore frequenza hanno più probabilità di credere che gli altri siano più felici, influenzando negativamente la percezione del

proprio benessere. I risultati di questa ricerca dimostrano che più le persone hanno interazioni offline, più conoscono le storie reali degli interlocutori, considerando sia aspetti positivi sia negativi delle loro vite, e meno sono convinte che gli altri siano più felici. In linea con questi studi, ci aspettiamo che gli utenti che utilizzano maggiormente i social media percepiscano un grado inferiore di felicità, influenzate negativamente il benessere (ipotesi 4).

Con la quinta ipotesi ci proponiamo di verificare se la solitudine ha un effetto moderatore e quindi influenzi la relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e il benessere. La solitudine è diventata un problema diffuso soprattutto nelle società occidentali (Cacioppo & Cacioppo, 2018; Eurostat, 2019) ed essa può portare alla percezione di un minor benessere soggettivo. Nowland (2018) afferma che le persone che abusano dei social media hanno maggiori probabilità di sentirsi sole. Uno studio di Marttila et al. (2021) ha verificato che l'aumento di PSMU predice un maggior senso di solitudine e l'aumento della solitudine prevede una diminuzione del benessere e della soddisfazione per la vita. Basandosi su queste ricerche, suggeriamo che il campione che riporta un maggiore utilizzo problematico dei social media presenti crescenti sentimenti di solitudine, impattanti conseguentemente il benessere (ipotesi 5).

Ci concentriamo su una terza variabile influenzante il benessere: la qualità del sonno. Ci proponiamo di verificare se l'utilizzo problematico dei social media è correlato alla qualità del sonno. Woods e Scott (2016) affermano che l'uso dei social media è collegato a vari aspetti del benessere, come il sonno. Gli autori dimostrano come un maggiore utilizzo dei social media sia associato a una qualità del sonno più scadente e conseguentemente la mancanza di sonno contribuisce a una riduzione del benessere. L'uso dei social media porta a dormire più tardi e a una durata del sonno più breve. L'ansia di non essere collegati al mondo online rende difficile disimpegnarsi dall'interazione sociale e rilassarsi prima di coricarsi, spiegando il legame tra l'uso dei social media e la scarsa qualità del sonno. In linea con le ricerche presenti in letteratura ci aspettiamo che i soggetti del campione che utilizzano i social media in maniera problematica riportino una ridotta qualità del sonno (ipotesi 6).

Infine, ci proponiamo di verificare se l'utilizzo dei social media specifico prima di andare a dormire abbia un effetto moderatore e influenzi la relazione descritta nell'ipotesi precedente. Levenson et al. (2017) hanno evidenziato che un maggiore uso

dei social media in un momento preciso della giornata, nei trenta minuti prima di coricarsi, è associato a una ridotta qualità del sonno. Le interazioni ad alta frequenza sui social media durante l'ora prima di andare a dormire, sono state significativamente associate a una percezione del sonno insufficiente (Reynolds et al., 2019).

Ci aspettiamo che l'utilizzo dei social media prima di coricarsi moderi la relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e la qualità del sonno (ipotesi 7).

CAPITOLO 4.

METODO DELLA RICERCA

I dati utilizzati nella nostra ricerca sono stati raccolti dalla fine di gennaio 2022 alla prima metà di marzo del medesimo anno. In seguito alle contingenze attuali, le quali ostacolano lo svolgimento della ricerca in presenza, il questionario è stato compilato dai partecipanti esclusivamente online utilizzando la piattaforma Qualtrics. Il tempo stimato per la compilazione è di circa venticinque minuti. Il questionario è stato inviato tramite chat, prevalente utilizzando WhatsApp, ed email ai contatti dei collaboratori coinvolti nello studio, pubblicato in diversi gruppi Facebook dei diversi Atenei delle università italiane, gruppi specifici per la condivisione di questionari e attraverso storie e post di Instagram. Questa modalità di diffusione e somministrazione ci ha permesso di raggiungere un consistente numero di popolazione.

La partecipazione allo studio è su base volontaria e i dati vengono utilizzati ai soli fini della ricerca, in modalità anonima, rispettando i criteri che garantiscono la tutela della privacy e della riservatezza. Il questionario può essere compilato da chi esprime il consenso di partecipare alla ricerca e dichiara di essere maggiorenne. Lo studio presentato comprende due raccolte dati a distanza di sei mesi. Al termine del questionario alla persona viene proposto di scrivere su base volontaria il proprio indirizzo email per essere ricontattata dopo sei mesi per partecipare nuovamente alla ricerca. I due questionari dello stesso soggetto saranno appaiati mediante un codice inserito all'inizio della compilazione che garantisce l'anonimato. Chi completerà entrambi i questionari riceverà una ricompensa economica dal valore di cinque euro. L'indirizzo email non è utilizzato in alcun modo per fini non inerenti alla ricerca e non è associato alle risposte fornite. La seconda somministrazione del questionario è prevista per ottobre 2022. Per motivi legati ai tempi del progetto, nella presente tesi saranno analizzati i dati relativi al tempo 1 della ricerca.

La compilazione online ha favorito la risposta a tutti i quesiti, poiché, per procedere alla sezione successiva, è obbligatorio aver completato la precedente. L'unica eccezione sono le domande relative alla qualità del sonno. La sezione in cui si chiede di riportare i comportamenti messi in atto mentre si dorme e riferiti dal compagno di stanza può non essere compilata nel caso in cui si dorma soli.

Lo scopo della ricerca è di esplorare l'uso dei social media e degli smartphone, comprendendone le abitudini e le difficoltà associate al benessere e al sonno. Il questionario comprende diverse scale per misurare i seguenti aspetti: informazioni di base, utilizzo problematico dei social media, uso dei social media prima di andare a dormire, qualità del sonno, benessere percepito, utilizzo dello smartphone, credenze rispetto al suo utilizzo, ruminazione e disagio psicologico.

Per questo studio sono stati utilizzati i dati raccolti nel tempo uno della ricerca e alcune delle scale presenti nel questionario.

I dati sono stati registrati in un file Excel e l'analisi statistica è stata svolta utilizzando SPSS.

4.1 Il campione

Il campione è stato reclutato tramite la condivisione del link del questionario attraverso i social media, si sono rivelati particolarmente utili per la raccolta dei dati i gruppi WhatsApp dei vari Dipartimenti delle Università. Delle 1532 persone che hanno iniziato il questionario, una percentuale consistente è stata esclusa perché ha risposto a meno del 80% del totale delle domande (390 persone, 25,46%), non completando le scale utilizzate per lo studio presentato. Successivamente sono stati esclusi dalla ricerca i partecipanti che hanno indicato come genere l'opzione "Non binario", in quanto una percentuale minima del campione rimanente (19 persone, 1,7%). Nel campione della ricerca sono state incluse 1123 persone, 848 femmine (75,5%) e 275 maschi (24,5%).

Le scale utilizzate sono state compilate da persone di età compresa tra i 18 e i 79 anni. La fascia d'età maggiormente rappresentata è quella che va dai 18 ai 26, pari all'83,8% del campione considerato. I partecipanti risultano avere un'età media di 24,28 anni (DS=9.36).

Considerando i fattori socio-culturali, i partecipanti riportano i seguenti gradi di istruzione: licenza media inferiore (1,9%), licenza media superiore (70,6%), laurea triennale (20,4%), laurea magistrale (6,2%) e post laurea (0,9%).

Il campione è composto prevalentemente da studenti e studentesse universitari/e (72,1%), altri partecipanti indicano di non essere occupati (4,5%), dipendenti (15,2%),

liberi professionisti (2,1%), studenti di scuola superiore (1,2%), casalinghi (0,7%) o altro (4,0%).

4.2 Gli strumenti

Di seguito, sono presentati gli strumenti utilizzati per misurare le variabili considerate nello studio.

Informazioni di base: nella sezione del questionario riguardante i dati anagrafici abbiamo utilizzato gli item relativi al genere e all'età dei partecipanti. Per quanto concerne la variabile genere le persone hanno scelto tra tre opzioni di risposta "Maschio", "Femmina" o "Non-binario".

In merito alla seconda variabile, i soggetti hanno riportato l'età al momento della compilazione, la quale può essere tra i diciotto e gli ottant'anni. L'inserimento dell'età avviene attraverso un menù a tendina.

Utilizzo problematico dei social media: per indagare l'uso problematico dei social media è stata utilizzata la Problematic Social Media Use Scale, derivante dalla Problematic Facebook Use Scale (PFUS) (Marino et al., 2017), adattata dal modello Generalized Problematic Internet Use Scale di Caplan (2010). La scala proposta da Marino et al. (2017) costituisce uno strumento utile per valutare l'utilizzo problematico di Facebook e nella nostra ricerca è stata utilizzata per comprendere l'utilizzo problematico dei social media in generale. Il soggetto risponde su una scala di frequenza in relazione al grado di accordo con le affermazioni riportate.

Ai partecipanti è chiesto di rispondere in base a una scala Likert a otto punti che va dal punteggio 1 "completamente in disaccordo" a 8 "completamente d'accordo" a un totale di quindici affermazioni. La scala proposta è suddivisa in cinque sottoscale, ognuna composta da tre item. La prima si riferisce alla preferenza per le interazioni online (*Preference for online social interaction; POSI*) (ad esempio: "Preferisco le interazioni sociali online alla comunicazione faccia a faccia"). La seconda sottoscala riguarda la regolazione dell'umore (ad esempio: "Ho usato i social media per parlare con gli altri quando mi sentivo solo/a"). La terza sottoscala si riferisce alle preoccupazioni cognitive

(ad esempio: “Quando non sono sui social media, penso ossessivamente a connettermi”). La quarta sottoscala indaga l’utilizzo compulsivo dei social media (ad esempio: “Ho delle difficoltà a controllare la quantità di tempo che passo sui social media”). La quinta e ultima sottoscala riguarda gli esiti negativi derivanti dall’utilizzo delle piattaforme digitali (ad esempio: “L’uso che faccio dei social media ha creato dei problemi nella mia vita”).

Gli item sono stati sommati in modo che elevati punteggi derivanti da questa misura significhino un maggior utilizzo problematico dei social media.

Le statistiche di affidabilità riportano un’Alpha di Cronbach pari a 0,89 (95%CI[,88 - ,90]).

Uso dei social media prima di andare a dormire: le informazioni riguardanti l’utilizzo dei social media prima di andare a dormire sono state ricavate da due differenti scale. La prima scala si riferisce all’uso dei social media a letto, mentre la seconda all’utilizzo prima di dormire.

La prima scala proposta nel questionario prende spunto dalla misura proposta da Woods e Scott (2016). Gli autori presentano nell’articolo due misure, la prima per valutare i livelli di utilizzo dei social media e la seconda per indagare l’utilizzo notturno specifico dei social media. I partecipanti rispondono a due domande (“Quante volte nell’ultimo mese hai usato i social media prima di andare a letto?”, “Quante volte durante l’ultimo mese hai usato i social media a letto?”) su una scala che va da un punteggio pari a 1 “mai” e 6 “giornalmente”. Ai soggetti è chiesto quale social media preferisce utilizzare prima di dormire, indicando tra quelli suggeriti (Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, WhatsApp) o con la possibilità di aggiungerne di ulteriori. I partecipanti rispondono su una scala che va da un punteggio pari a 1 “mai” e 6 “giornalmente” alle seguenti affermazioni: “Tendo ad alzarmi più tardi di quanto dovrei”, “Tendo a cercare opportunità per dormire durante il giorno”, “Tendo a recuperare il sonno nei fine settimana”.

L’uso dei social media prima di dormire è stato indagato utilizzando una domanda ad hoc attraverso la scala proposta da Chaffey (2021). I partecipanti sono invitati a scegliere la risposta che maggiormente gli si addice tra quelle proposte di seguito: “Nel complesso prima di dormire, preferisco guardare e usare contenuti testuali, come

mandare e leggere messaggi o notizie sui social media” o “Nel complesso prima di dormire, preferisco guardare video e immagini sui social media”.

Le statistiche di affidabilità riportano un'Alpha di Cronbach pari a 0,70 (95%CI[,67 - ,73]).

Qualità del sonno: per indagare il sonno è stata utilizzato l'indice della qualità del sonno di Pittsburgh (Pittsburgh Sleep Quality Index; PSQI), nella versione italiana proposta da Curcio et al. (2011). I ricercatori sostengono che PSQI è uno strumento utile, valido e affidabile al fine di valutare la qualità del sonno, la cui efficienza può essere paragonata a quella della versione madrelingua. La versione italiana fornisce un'affidabile differenziazione tra buona e scarsa qualità del sonno.

Le prime quattro domande proposte ai partecipanti richiedono una risposta riferita alle abitudini del sonno nell'ultimo mese, tenendo in considerazione la maggior parte dei giorni e delle notti (ad esempio: “Nel mese passato a quale ora ti sei di solito coricato?”). Il quinto item prevede di rispondere a più affermazioni riguardanti i problemi di sonno manifestati nell'ultimo mese per diversi motivi (ad esempio: “Non ti sei potuto addormentare entro i primi 30 minuti”). I partecipanti rispondono su una scala Likert da 0 a 3 punti, dove 0 corrisponde a “mai”, 1 a “meno di una volta alla settimana”, 2 a “una o due volte alla settimana” e 3 corrisponde a “tre o più volte alla settimana”. Gli item successivi rilevano come la persona valuta globalmente la qualità del suo sonno, l'assunzione di farmaci per dormire, la difficoltà nello stare sveglio durante la guida o altre attività quotidiane, l'aver scarso entusiasmo. Infine, con le ultime domande, nel caso in cui non si dorma soli, si chiede al compagno di camera quante volte nell'ultimo mese sono stati messi in atto specifici comportamenti (ad esempio: “Movimenti e scosse delle gambe durante il sonno”). Il soggetto esprime il grado di accordo con le affermazioni sulla base di una scala likert da 1 a 4. Il punteggio 1 corrisponde a “mai”, 2 a “meno di una volta alla settimana”, 3 a “una o due volte alla settimana”, e 4 a “tre o più volte alla settimana”.

Punteggi più alti derivanti dalla somma delle sette componenti significano una qualità del sonno peggiore.

Benessere percepito: la percezione del benessere riportata dai partecipanti viene indagata utilizzando l'adattamento italiano del PERMA - Profiler, composto da ventitré elementi (Giangrasso, 2021). Giangrasso (2021) sostiene che la versione italiana di PERMA-Profiler ha buone qualità psicometriche, in linea con il modello PERMA di Seligman (2012). Seligman (2012) descrive il benessere come costituito da cinque dimensioni: emozioni positive, engagement, significato, relazioni e realizzazione. I partecipanti al nostro questionario sono invitati a indicare il grado di accordo con le affermazioni riportate, basandosi su una scala che va da 1 a 10. Il punteggio inferiore 1 corrisponde a “mai”, mentre il punteggio 10 corrisponde a “sempre”. I ventitré item sono suddivisi in nove categorie.

L'item 3, 13 e 22 si riferiscono alla categoria riguardante le emozioni positive (ad esempio: “In generale, quanto spesso ti senti gioioso?”). L'engagement, concetto relativo al coinvolgimento e all'impegno, comprende le domande 2, 10 e 17 (ad esempio: “Quanto spesso vieni assorbito da ciò che stai facendo?”). Gli elementi 8, 19 e 21 corrispondono alle relazioni (ad esempio: “In che misura ricevi aiuto e supporto dagli altri quando ne hai bisogno?”). Gli item 7, 9 e 20 si riferiscono al significato (ad esempio: “In generale, in che misura conduci una vita con uno scopo, significativa?”). La quinta categoria riguarda il raggiungimento di un risultato e comprende le affermazioni 1, 5 e 15 (ad esempio: “Senti che stai facendo progressi nel raggiungimento dei tuoi obiettivi?”). Le emozioni negative vengono indagate dagli elementi numero 4, 14 e 16 (ad esempio: “In generale, quanto spesso ti senti ansioso?”). Gli item 6, 12 e 18 si riferiscono alla percezione della propria salute (ad esempio: “In generale, come definiresti la tua salute?”). L'ottava categoria comprende i sentimenti di solitudine indicati dall'item 11 (“Quanto ti senti solo nella tua vita quotidiana?”). Infine, l'ultima categoria riguarda la felicità, indagata dall'affermazione 23 (“Prendendo tutte le cose insieme, quanto diresti di essere felice?”). Punteggi più alti derivanti dalla somma delle ventitré componenti significano un maggiore livello di benessere.

Nella ricerca presentata le sottoscale relative alle emozioni positive e alle emozioni negative sono state utilizzate per valutare il benessere emotivo riportato dai partecipanti, mentre le sottoscale riguardanti la felicità e la solitudine come variabili moderatrici del benessere.

Le statistiche di affidabilità riportano un'alpha di Cronbach pari a 0,93 (95%CI[,92 - ,93]).

CAPITOLO 5.

ANALISI DEI DATI

Per l'analisi dei dati sono state condotte delle statistiche descrittive delle variabili principali incluse nello studio presentato: l'utilizzo problematico dei social media, il benessere emotivo, la qualità del sonno, l'utilizzo dei social media prima di andare a dormire, la felicità e la solitudine (vedi TAB 5.1).

Sono state poi utilizzate altre metodologie per la verifica delle ipotesi.

TAB. 5.1 Statistiche descrittive (N, Media, deviazione standard) delle variabili principali incluse nello studio.

	N	Media	DS	Min	Max
PSMU	1123	46,1460	17,29796	15,00	110,00
PERMA	1123	30,6518	9,77632	2,00	54,00
PSQI	1123	6,0383	2,87723	0,00	19,00
SM-Before Sleep	1123	17,7257	4,94997	5,00	30,00
HAPPINESS	1123	6,14	2,027	0,00	10,00
LONELINESS	1123	5,13	2,628	0,00	10,00

Note: PSMU= Problematic Social Media Use; PERMA= scala relativa al benessere, sono state utilizzate le sottoscale relative alle emozioni positive e alle emozioni negative; PSQI= Pittsburgh Sleep Quality Index; SM-Before Sleep= social media before sleep, uso dei social media a letto e prima di dormire; HAPPINESS= sottoscala PERMA relativa alla felicità; LONELINESS= sottoscala PERMA relativa alla solitudine.

Dal questionario emerge che la maggior parte dei partecipanti prima di andare a dormire preferisce guardare video e immagini sui social media (70,8%), rispetto al guardare e usare contenuti testuali, come mandare e leggere messaggi o notizie sui social media (29,2%). Il social media che i partecipanti preferiscono utilizzare è Instagram (33,9%), seguito da TikTok (21,8%), WhatsApp (18,5%), YouTube (14,8%), Facebook (4,7%) e altro (6,2%).

5.1 La verifica delle ipotesi

Ipotesi 1. Per testare la prima ipotesi, per la quale ci aspettavamo di riscontrare livelli relativi all'utilizzo problematico dei social media più elevati tra il campione rappresentante il genere femminile rispetto che tra il campione rappresentante il genere maschile, è stato effettuato un t-test per campioni indipendenti.

La variabile indipendente prevista dal modello è il genere dei partecipanti, identificando il gruppo delle femmine e dei maschi, mentre la variabile dipendente è l'utilizzo problematico dei social media. Dal test t è emerso che le medie dei due gruppi divisi per genere sono significativamente diverse tra loro (vedi TAB 5.2).

TAB. 5.2 Statistiche descrittive (N, Media, deviazione standard) della variabile dipendente Utilizzo Problematico dei Social Media.

	N	Media	DS	<i>t</i>	gdl	<i>p</i>
PSMU <i>Maschi</i>	275	42,3891	17,59701	-4,175	1121	<,001
<i>Femmine</i>	848	47,3644	17,03314			

Ipotesi 2. Per testare la seconda ipotesi, per la quale ci aspettavamo di riscontrare livelli relativi all'utilizzo problematico dei social media più elevati tra il gruppo più giovane del campione, è stata condotta una correlazione bivariata tra l'uso problematico dei social media e l'età.

Il valore della correlazione di Pearson corrisponde a $r=-,321$ con un livello di significatività pari a $p<,001$ (2-code), confermando l'ipotesi prevista. L'età correla negativamente con l'utilizzo problematico dei social media, all'aumentare dell'età dei partecipanti si riscontra una riduzione dell'utilizzo problematico dei social media e viceversa.

TAB. 5.3 Correlazioni (r di Pearson) tra le variabili incluse nello studio.

	1	2	3	4	5
1.PSMU					
2.PERMA	-,343**				
3.PSQI	,256**	-,454**			
4.SM-Before Sleep	,491**	-,274**	,293**		
5.HAPPINESS	-,227**	,751**	-,392**	-,180**	
6.LONELINESS	,292**	-,471**	,231**	,175**	-,405**

Note: PSMU= *Problematic Social Media Use*; PERMA= *scala relativa al benessere, sono state utilizzate le sottoscale relative alle emozioni positive e alle emozioni negative*; PSQI= *Pittsburgh Sleep Quality Index*; SM-Before Sleep= *social media before sleep, uso dei social media a letto e prima di dormire*; HAPPINESS= *sottoscala PERMA relativa alla felicità*; LONELINESS= *sottoscala PERMA relativa alla solitudine*.

Ipotesi 3. La terza ipotesi prevedeva di verificare la relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e il benessere emotivo, aspettandoci che le persone che riportano un livello maggiore di PSMU presentino un minor grado di benessere.

È stata effettuata una correlazione bivariata. Il valore della correlazione di Pearson corrisponde a $r=-,343$ con un livello di significatività pari a $p<,001$ (2-code). Come previsto, si può affermare la presenza di una correlazione negativa tra l'utilizzo problematico dei social media e il benessere emotivo (vedi TAB. 5.3).

Ipotesi 4. La quarta ipotesi prevedeva di verificare se alti livelli relativi all'utilizzo problematico dei social media fossero associati a bassi punteggi riguardanti il benessere emotivo con una moderazione da parte della felicità.

Dalle analisi è emerso che l'utilizzo problematico dei social media e il grado di felicità percepito risultano significativamente associati alla variabile dipendente benessere emotivo ($R^2=,598$; R^2 corretto=,597; $F=553,960$; $p<,001$), raggiungendo il 59% della varianza spiegata.

TAB. 5.4 Modello di regressione utilizzando come variabile dipendente il benessere (PERMA)

	Beta	t	Sign.
PSMU	-,187	-9,547	<,001
HAPPINESS	,713	36,546	<,001
PSMU x HAPPINESS	-,048	-2,479	,013

Note: PSMU= *Problematic Social Media Use*; HAPPINESS= *sottoscala PERMA relativa alla felicità*

I risultati della regressione per blocchi indicano che l'interazione tra l'utilizzo problematico dei social media e la felicità è significativa ($\beta = -,048$; $p = ,013$).

Dal grafico riportato possiamo comprendere che i livelli di felicità basso (<1 DS), medio o alto (>1 DS) influenzano la relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e il benessere emotivo.

FIG. 5.1 Grafico relativo alla relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e il benessere, con una moderazione da parte della felicità



Note: Benessere emotivo= *sottoscale PERMA riguardanti le emozioni positive e le emozioni negative*; Utilizzo problematico dei social media= *scala PSMU*; HAPPINESS= *sottoscala PERMA*.

Ipotesi 5. La quinta ipotesi prevedeva di verificare se alti livelli relativi all'utilizzo problematico dei social media fossero associati a bassi punteggi riguardanti il benessere emotivo con una moderazione da parte della solitudine.

Dalle analisi è emerso che l'utilizzo problematico dei social media e la solitudine percepita risultano significativamente associati alla variabile dipendente benessere emotivo ($R^2=,268$; R^2 corretto= $,266$; $F= 136,606$; $p<,001$), raggiungendo il 26% della varianza spiegata.

TAB. 5.5 Modello di regressione utilizzando come variabile dipendente il benessere (PERMA)

	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>Sign.</i>
PSMU	-,222	-8,236	<,001
LONELINESS	-,406	-15,180	<,001
PSMU x LONELINESS	-,018	-,711	,477

Note: PSMU= *Problematic Social Media Use*; LONELINESS= *sottoscala PERMA relativa alla solitudine*

I risultati della regressione per blocchi indicano che l'interazione tra PSMU e la solitudine non è significativa ($\beta=-,018$; $p=,477$).

Prendendo in considerazione le correlazioni (r di Pearson) tra le variabili in questione (vedi FIG. 5.3) possiamo evidenziare la correlazione positiva tra l'utilizzo problematico dei social media e la solitudine. Il valore della correlazione di Pearson corrisponde a $r=,292$ con un livello di significatività pari a $p<,001$ (2-code). È inoltre utile osservare la correlazione tra la solitudine e il benessere emotivo. La relazione tra queste due variabili risulta negativa, il valore della correlazione di Pearson corrisponde a $r=-,471$ con un livello di significatività pari a $p<,001$ (2-code).

Ipotesi 6. La sesta ipotesi prevedeva di verificare se alti livelli relativi all'utilizzo problematico dei social media fossero associati a una ridotta qualità del sonno.

Il valore della correlazione di Pearson corrisponde a $r=.256$ con un livello di significatività pari a $p<.001$ (2-code). Si può dunque affermare la presenza di una correlazione positiva tra l'utilizzo problematico dei social media e i punteggi relativi alla qualità del sonno (vedi TAB. 5.3).

Ricordiamo che, nella scala utilizzata, punteggi più alti derivanti dalla somma delle sette componenti significano una qualità del sonno peggiore.

Ipotesi 7. La settima ipotesi prevedeva di verificare se alti livelli relativi all'utilizzo problematico dei social media fossero associati a bassi punteggi riguardanti la qualità del sonno con una moderazione da parte dell'utilizzo specifico dei social media prima di dormire.

Dalle analisi è emerso che l'utilizzo problematico dei social media e l'utilizzo dei social media prima di dormire risultano significativamente associati alla variabile dipendente qualità del sonno ($R^2=.107$; R^2 corretto=.104; $F=44,511$; $p<.001$), raggiungendo il 10% della varianza spiegata.

TAB. 5.6 Modello di regressione utilizzando come variabile dipendente la qualità del sonno

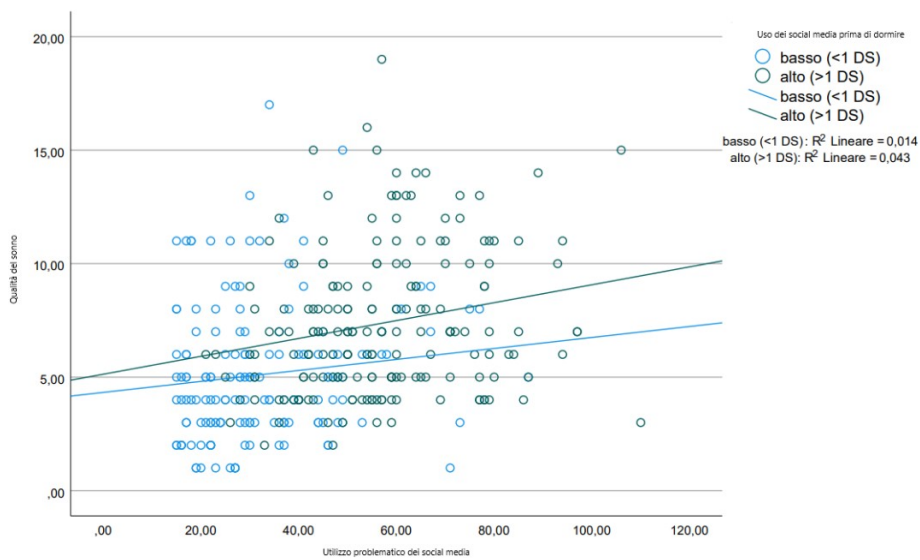
	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>Sign.</i>
PSMU	,141	4,334	<,001
SM-Before Sleep	,229	7,017	<,001
PSMU x SM-Before Sleep	,063	2,217	,027

Note: PSMU= *Problematic Social Media Use*; SM-Before Sleep= *social media before sleep, uso dei social media a letto e prima di dormire*

I risultati della regressione indicano che l'interazione tra PSMU e l'utilizzo dei social media prima di dormire è significativa ($\beta=.063$; $p=.027$). I dati confermano l'ipotesi che all'utilizzo dei social media prima di dormire è attribuibile un ruolo moderatore tra l'utilizzo problematico dei social media e la qualità del sonno.

Dal grafico riportato possiamo comprendere che chi presenta un livello di utilizzo dei social media a letto alto (>1 DS) riporta un maggiore punteggio nella scala PSQI, indicante una qualità del sonno inferiore.

FIG. 5.2 Grafico relativo alla relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e la qualità del sonno, con una moderazione da parte dell'utilizzo specifico dei social media prima di dormire



Note: Qualità del sonno= PSQI, Pittsburgh Sleep Quality Index; Utilizzo problematico dei social media= PSMU, Problematic Social Media Use; Uso dei social media prima di dormire= SM-Before Sleep social media before sleep, uso dei social media a letto e prima di dormire.

CAPITOLO 6.

DISCUSSIONE DEI RISULTATI

Con il nostro studio ci siamo proposti di indagare le abitudini di un campione di popolazione rispetto all'uso dei social media, verificando se un utilizzo problematico di queste piattaforme è in qualche misura connesso al benessere percepito.

Le variabili associate al benessere che sono state approfondite nella ricerca presentata sono la felicità, la solitudine e la qualità del sonno.

In termini generali, a conferma delle nostre ipotesi, è emerso che i partecipanti allo studio che manifestano un utilizzo problematico dei social media riportano un minor benessere, felicità, maggiore solitudine e una scarsa qualità del sonno. La prima ipotesi (ipotesi 1) prevedeva di riscontrare tra il campione dei partecipanti differenze concernenti il genere rispetto all'utilizzo problematico dei social media. Nella ricerca pubblicata da Pew Reserach Center, Perrin (2015) afferma che le donne sono state più propense a utilizzare i social media rispetto agli uomini per un certo numero di anni, sebbene dal 2014 le differenze di genere siano modeste. Nella ricerca l'autore evidenzia che il 68% delle donne utilizza i social media, rispetto a una percentuale minore rappresentata dagli uomini, pari al 62%. Sono stati analizzati diversi studi recenti in letteratura, i quali hanno dimostrato che le donne sono maggiormente a rischio e ottengono un punteggio superiore agli uomini per quanto riguarda i sintomi e la gravità dell'utilizzo problematico dei social media (Baloğlu et al., 2020). Kircaburun et al. (2019) affermano che le donne partecipanti al loro studio hanno dimostrato un maggiore abuso e utilizzo problematico dei social media.

Dalle analisi condotte per lo studio presentato, sono emerse differenze significative tra l'utilizzo problematico dei social media riportato dal genere maschile e femminile. Confermando la letteratura considerata, le medie riguardanti il punteggio dell'utilizzo problematico delle piattaforme digitali dei due gruppi divisi per genere sono risultate significativamente diverse tra loro. Il campione composto dalle donne riporta una maggiore probabilità di utilizzare le piattaforme digitali in maniera problematica. Com'è stato esplorato nel secondo capitolo dell'elaborato, il genere influenza le motivazioni che spingono gli utenti a connettersi ai social media e le loro modalità di utilizzo. Kircaburun et al. (2018), riprendendo la ricerca pubblicata da Kuss e Griffiths

(2017), affermano che il genere influenza gli obiettivi di utilizzo, le abitudini e i comportamenti differenti nei contesti online. Muscanell et al. (2012) sostengono che esistono motivazioni diverse in relazione al genere per quanto riguarda l'uso di internet e il tempo trascorso connessi alle piattaforme digitali. È più probabile che le donne utilizzino internet per le interazioni sociali e per il mantenimento delle relazioni. I social media offrono un nuovo metodo per la comunicazione sociale e per interagire con le altre persone, innescando conseguenze negative come la paura di perdersi (*fear of missing out*; FOMO). Przybylski et al. (2013) affermano che le risorse sociali derivanti dall'utilizzo dei social media forniscono una moltitudine di opportunità per sviluppare interazioni, accompagnate da aspetti negativi, ad esempio la paura di perdersi, descritta come l'apprensione pervasiva che gli altri utenti stiano vivendo delle esperienze gratificanti da cui la persona è in quel momento assente, portando al desiderio di rimanere costantemente connessi e in contatto con quello che gli altri stanno facendo. Gli uomini, diversamente, hanno maggiori probabilità di trascorrere il tempo online impegnandosi in compiti diversi, in attività come leggere notizie e ottenere informazioni di varia natura.

La seconda ipotesi (ipotesi 2) prevedeva di riscontrare livelli di utilizzo problematico dei social media più elevati tra la fascia di età più giovane rispetto agli adulti dai 26 anni in su. Nella ricerca pubblicata da Pew Reserach Center, Perrin (2015) afferma che i giovani adulti, di età compresa tra i 18 e i 29 anni, sono i più propensi a utilizzare i social media. Il 90% delle persone rientranti in questa fascia di età, rispetto al 12% del 2005, utilizza le moderne piattaforme digitali. Tuttavia, c'è stato un aumento dell'utilizzo anche tra le persone di età compresa tra i 30 e i 49 anni, dall'8% nel 2005 al 77% nell'anno in cui è stato pubblicato lo studio. Anche il numero di utenti tra i 65 anni e gli anziani è cresciuto, passando da un 2% nel 2005, al 35% nel 2015.

La letteratura esistente si concentra principalmente sull'utilizzo problematico dei social media e l'incidenza sulla fascia di popolazione riguardante gli adolescenti e i giovani. Andreassen et al. (2017) sostengono che le variabili demografiche di base, tra cui anche l'età inferiore e l'essere donna, correlano con la dipendenza e l'uso problematico dei social media. Nello studio presentato dai ricercatori, queste variabili hanno avuto un effetto moderatore sull'uso che crea dipendenza dai social media.

O'Reilly et al. (2018) presentano uno studio in cui, citando la letteratura esistente, sostengono che i giovani hanno assimilato le tecnologie della comunicazione e dell'informazione, ad esempio i social media, come una parte integrante della loro istruzione, della cultura e della vita sociale. Le moderne piattaforme digitali stanno assumendo un ruolo significativo incidendo sullo sviluppo sociale ed emotivo delle nuove generazioni. Nonostante il ruolo centrale dei social media nelle nostre vite, O'Reilly et al. (2018) riportano come i giovani partecipanti alla ricerca sostengono di non possedere le conoscenze sufficienti e necessitano di essere istruiti su come utilizzare le piattaforme digitali e sull'impatto che esse hanno sulla salute e sul benessere.

Dalle analisi condotte per la presente ricerca la relazione descritta è stata confermata. L'età e PSMU sono risultate negativamente correlate, confermando che i giovani, i quali costituiscono una percentuale consistente del campione considerato, manifestano un utilizzo problematico dei social media presentando livelli maggiori rispetto al campione rappresentante le altre fasce di età. L'uso problematico dei social media è quindi associato all'età dei partecipanti.

La terza ipotesi (ipotesi 3) prevedeva di verificare la relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e il benessere. Secondo le ipotesi, i soggetti che manifestano un utilizzo problematico dei social media hanno maggiore probabilità di riportare un grado di benessere emotivo inferiore. Abbiamo elaborato l'ipotesi considerando diversi studi, tra cui quello proposto da Marino et al. (2018). In questo lavoro i ricercatori hanno presentato una meta-analisi la quale analizza l'associazione tra l'uso problematico di Facebook, il disagio psicologico e il benessere tra un campione di adolescenti e giovani adulti. I ricercatori hanno osservato una correlazione negativa tra l'uso problematico dei social media e il benessere.

Per spiegare tale associazione, Faelens et al. (2021) si sono posti l'obiettivo di comprendere la relazione tra l'utilizzo dei social media e il benessere. I ricercatori hanno indagato il ruolo moderatore di possibili costrutti intermedi nella relazione tra social media e benessere, come il confronto sociale, l'autostima e il pensiero negativo ripetitivo. Faelens et al. (2021) sostengono che il confronto sociale sui social network può dar luogo a livelli elevati di pensieri negativi ripetitivi, stimolando idee come "Perché gli altri sono più felici di me?", influenzanti l'autostima. Faelens et al. (2021)

affermano che l'uso di Facebook e di Instagram predicono un aumento degli effetti negativi sul benessere; l'autostima e il pensiero negativo ripetitivo sembrano essere importanti costrutti intermedi in questa relazione. Rasmussen et al. (2020) affermano che l'uso dei social media è correlato a problemi riguardanti il benessere perché è primariamente associato alle difficoltà nella regolazione delle emozioni e dello stress. Gli autori riportano che l'influenza dei social media sul benessere può essere determinata dal fatto che, invece di aumentare il supporto sociale, i social media facilitano il confronto sociale, poiché, come sostenuto da Chou e Edge (2012), le persone tendono a presentare esperienze di vita estremamente positive attraverso le piattaforme digitali.

Confermando le attese, i risultati derivanti dall'analisi dei dati raccolti dal nostro studio dimostrano che l'utilizzo problematico dei social media e il benessere emotivo sono negativamente correlati. I soggetti i cui punteggi presentano un quadro di utilizzo problematico dei social media, hanno maggiori probabilità di sperimentare un grado di benessere emotivo ridotto e viceversa. Il livello riguardante l'utilizzo problematico dei social media è associato negativamente alle percezioni dei soggetti di sentirsi gioiosi, positivi, appagati e positivamente agli stati di ansia, rabbia e tristezza.

Con la quarta e la quinta ipotesi ci si propone di indagare delle possibili variabili moderatrici influenti la relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e il benessere emotivo. Sulla base della letteratura esplorata, ci siamo soffermati su due variabili moderatrici principali: la felicità e la solitudine.

La quarta ipotesi (ipotesi 4) prevedeva di verificare se alti livelli relativi all'utilizzo problematico dei social media fossero associati a bassi punteggi riguardanti il benessere con una moderazione da parte della felicità. A conferma degli studi presenti in letteratura, i risultati della nostra ricerca hanno confermato tale ipotesi. Sostenendo quanto presentato da Chae (2018), l'uso dei social media può renderci infelici. L'autore afferma che questo avviene attraverso il confronto sociale, in altre parole valutando le proprie capacità e opinioni confrontandosi con gli altri, o l'invidia, com'è stato approfondito nel capitolo due di questo elaborato (vedi Verduyn et al., 2017). In linea con questi studi, Appel et al. (2016) sostengono che, nei profili di Facebook, gli utenti comunicano informazioni che suscitano il confronto sociale, trasmettendo principalmente autoritratti positivi. In questo modo i siti di social network forniscono un

terreno fertile per l'accrescimento di sentimenti d'invidia tra gli utenti, portando a effetti negativi sulla felicità e sul benessere. Citando diversi autori, Appel et al. (2016) riassumono che l'auto-presentazione attraverso i social media coinvolge la gestione delle impressioni e le informazioni che sono presentate agli altri utenti sono positivamente distorte, aumentando la probabilità di confronti sociali negativi e l'aumento dell'invidia.

Arad et al. (2017) hanno indagato l'utilizzo di Facebook. Secondo gli autori l'utilizzo dei social media aumenta il coinvolgimento degli utenti nel confronto sociale e questo porta a una diminuzione della loro felicità. Gli autori sostengono che il confronto sociale media il grado di felicità percepita per la metà più giovane del campione e per chi ha sviluppato la credenza che gli altri utenti abbiano nella vita un maggior numero di esperienze positive rispetto a se stessi. Le esperienze vissute sui social media favoriscono nelle persone il confronto sociale e una tendenza a confrontarsi con gli altri anche nei momenti trascorsi fuori dalla piattaforma digitale. Il documento dimostra un potenziale effetto negativo dell'uso delle tecnologie e in particolare dei social media sul benessere degli utenti. Riprendendo i risultati del nostro studio e le ricerche descritte, possiamo affermare che la felicità percepita moderi la relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e il benessere.

La quinta ipotesi (ipotesi 5) prevedeva di verificare se alti livelli relativi all'utilizzo problematico dei social media fossero associati a bassi punteggi riguardanti il benessere con una moderazione da parte della solitudine. L'ipotesi presentata è stata sviluppata analizzando diversi studi. Arampatzi et al. (2018), ad esempio, hanno riscontrato un'associazione negativa tra il numero di ore trascorse sui social media e il benessere soggettivo. Questa relazione si registra tra gli utenti che hanno provato sentimenti di solitudine e insoddisfazione per i loro contatti. Gli autori sostengono che l'uso eccessivo dei social media influisce in maniera negativa sul benessere degli individui che si sentono soli. Satici (2018) presenta uno studio il cui obiettivo principale è di comprendere l'effetto moderatore della solitudine sul benessere soggettivo. I risultati della ricerca proposta hanno dimostrato che l'associazione tra la dipendenza da Facebook e il benessere è mediata dalla solitudine. L'autore sostiene che l'effetto moderatore della solitudine nella relazione indagata può essere spiegato dal fatto che gli individui che presentano un utilizzo problematico dei social media possono diventare

più isolati perché l'aumento dei contatti online può diventare un sostituto alla comunicazione nella vita reale.

Contrariamente a quanto affermato dalla letteratura presentata, dalle analisi condotte nella presente ricerca, alla solitudine non è attribuibile un ruolo moderatore tra l'utilizzo problematico dei social media e il benessere. Nonostante questo risultato, nel nostro studio, sia la relazione bivariata tra l'utilizzo problematico dei social media e la solitudine, che la relazione tra il benessere emotivo e la solitudine sono significative. Tra PSMU e solitudine è stata dimostrata una correlazione positiva, mentre tra il benessere e la solitudine una correlazione negativa, suggerendo che a livello bivariato i costrutti sono associati tra loro. Qualche altro meccanismo potrebbe intervenire in questa relazione.

Patulny (2020) evidenzia come da un lato i social media svolgano un ruolo fondamentale nel permetterci di interagire e mantenerci in contatto con gli altri individui. Dall'altro lato, con l'evoluzione delle piattaforme digitali, i contatti faccia a faccia e la connessione fisica sono in declino, influenzando le relazioni. L'autore afferma che molte prove sostengono la maggiore solitudine tra gli utenti che utilizzano più frequentemente i social media. Patulny (2020) riprende quanto affermato dallo psicologo Robert Weiss, il quale distingue tra "solitudine sociale", riferendosi alla mancanza di contatto con le altre persone, e "solitudine emotiva", la quale può persistere indipendentemente dal numero di connessioni che si hanno, soprattutto se esse non forniscono supporto, non affermano l'identità e non concorrono a creare sentimenti di appartenenza. C'è motivo di pensare che molte connessioni online portino proprio a questo. La solitudine associata all'utilizzo intenso dei social media può essere dovuta al fatto che gli spazi e le relazioni online sono spesso orientati verso le prestazioni, lo status, l'esagerazione delle qualità favorevoli, come pubblicare sul proprio profilo dei contenuti in cui ci si dimostra "felici" ottenendo così "mi piace", disapprovando le espressioni negative.

Un'ulteriore relazione che dai dati elaborati nella nostra ricerca è statisticamente significativa è quella tra il punteggio concernente il benessere emotivo e la qualità del sonno ($r=-,454$, $p<,001$ - 2-code). Tra le due variabili è emersa una correlazione negativa, in cui un livello minore della scala relativa al sonno, equivalente a una migliore qualità nel dormire, corrisponde a un grado maggiore di benessere emotivo.

Viceversa, i soggetti che presentano una qualità del sonno peggiore, evidenziano un livello di benessere emotivo inferiore. Per approfondire la ricerca dell'influenza dell'utilizzo problematico dei social media sul benessere, abbiamo indagato la relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e la qualità del sonno.

La sesta ipotesi (ipotesi 6) prevedeva di verificare la relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e la qualità del sonno. In linea con la letteratura esplorata, ci aspettavamo che un maggiore livello di PSMU corrispondesse a una qualità del sonno ridotta. Siamo partiti dalle analisi condotte da Cain e Gradisar (2010), i quali affermano che l'uso dei media elettronici ha un impatto negativo sul sonno, ritardando l'ora in cui si va a dormire e riducendo il tempo di sonno totale a causa dell'uso eccessivo dei media. I ricercatori hanno descritto i meccanismi attraverso cui l'uso dei social media può influenzare la qualità e la quantità del sonno. In primo luogo, gli autori sostengono che l'uso dei media può sostituire il sonno o altre attività quotidiane che influenzano una buona igiene del dormire. Un esempio è la riduzione dell'attività fisica. In secondo luogo, l'uso delle piattaforme digitali può portare a un maggiore eccitamento fisiologico, rendendo più complicato il rilassamento prima di coricarsi.

Alonzo et al. (2021) prendono in considerazione trentasei studi trasversali e sei prospettici per comprendere l'associazione tra l'uso eccessivo dei social media e la scarsa qualità del sonno. Gli autori sostengono che negli studi longitudinali, all'uso frequente dei social media è attribuibile un fattore di rischio per gli scarsi risultati nel livello del sonno. Alonzo et al. (2021) affermano inoltre che la qualità del sonno media la relazione tra l'uso dei social media e gli esiti negativi riguardanti il benessere psicologico nei giovani. I ricercatori sostengono che i disturbi del sonno possono derivare dalle attività tecnologiche interattive, in particolare dall'utilizzo dei social media, a causa di una maggiore stimolazione mentale e spostamento temporale.

I nostri risultati hanno dimostrato che la relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e la qualità del sonno è significativa. Le piattaforme digitali e il loro utilizzo problematico, elaborando i dati raccolti dal campione di riferimento, correlano negativamente con i livelli del sonno e la sua qualità.

La settima ipotesi (ipotesi 7) prevedeva di verificare se l'utilizzo problematico dei social media è associato alla qualità del sonno, aspettandoci un effetto moderatore da parte dell'utilizzo specifico dei social media prima di dormire. L'ipotesi prevista è stata

confermata dai dati raccolti, sostenendo che l'utilizzo dei social media specifico prima di coricarsi ha un ruolo moderatore nella relazione tra un utilizzo problematico dei social media e la qualità del sonno. Questi risultati sono in linea con quanto riportato da Scott e Woods (2018) i quali indicano che i soggetti che utilizzano più pesantemente i social media prima di dormire tendono ad andare a letto più tardi, a sentirsi più vigili a letto, impiegare più tempo per addormentarsi e dormire meno, aumentando i livelli di eccitazione cognitiva pre-sonno. I ricercatori, per spiegare l'utilizzo dei social media prima di dormire, richiamano la paura di perdersi che spinge le persone a impegnarsi maggiormente nei comportamenti fino a tarda notte.

Gli studi esaminati da Alonzo et al. (2021) sostengono che, da una prospettiva fisiologica, l'uso prolungato dei social media prima di dormire ritarda l'inizio del sonno e ne riduce la durata. Il sonno ritardato altera i ritmi circadiani, portando a difficoltà nel dormire e a una riduzione dell'umore. L'esposizione ai campi elettromagnetici provenienti dai cellulari, un dispositivo comune per l'utilizzo dei social media, incide negativamente sulla produzione della melatonina, determinante il sonno, portando a una maggiore probabilità di sviluppare una riduzione del benessere.

I partecipanti alla nostra ricerca che affermano di utilizzare i social media prima di dormire riportano punteggi che indicano una qualità del sonno inferiore. Confermando l'ipotesi prevista, all'utilizzo dei social media prima di coricarsi è attribuibile un ruolo moderatore tra PSMU e la qualità del sonno.

Una percentuale consistente del campione di riferimento, pari al 67,5%, riferisce di utilizzare i social media prima di andare a letto giornalmente. Soltanto l'1,7% del campione ammette di non utilizzare mai i social media prima di andare a letto. Una percentuale simile del campione, pari al 64,8%, afferma di utilizzare i social media anche a letto. Una parte minima del campione, corrispondente al 7,1% del totale dei partecipanti, non usa i social media a letto, una volta coricato. I soggetti inoltre riportano che prima di dormire preferiscono guardare video e immagini sui social media, rispetto al guardare e usare contenuti testuali, come mandare e leggere messaggi o notizie sui social media. La piattaforma preferita prima di dormire dai partecipanti alla nostra ricerca è Instagram.

Dalle analisi condotte possiamo affermare che i soggetti che presentano un livello di utilizzo dei social media a letto alto, riportano un maggiore punteggio nella scala PSQI. Questo dato indica una qualità del sonno inferiore.

6.1 Limiti dello studio e prospettive future

È utile precisare che i risultati dello studio presentato sono da considerarsi preliminari ed è possibile individuare alcuni limiti e criticità.

Innanzitutto, il questionario utilizzato è self-report, fattore che comporta sia aspetti positivi che negativi. Da un lato questo strumento favorisce un'ampia partecipazione in quanto semplice da compilare e da diffondere, raggiungendo un campione numeroso. Dall'altro lato, è importante considerare i dubbi riguardanti l'affidabilità delle risposte fornite dai partecipanti alla ricerca, soggette al fenomeno della desiderabilità sociale e agli stereotipi preesistenti circa il tema indagato. In parallelo, avendo diffuso il questionario tramite chat, email e pubblicato attraverso i social media, le persone si sono offerte spontaneamente di partecipare alla ricerca, ottenendo così un campione auto selezionato.

Un aspetto successivo da prendere in considerazione è la disparità tra uomini e donne partecipanti alla ricerca. Il campione non è diviso equamente tra i due generi ma le donne rappresentano oltre il 75% dei soggetti totali. Lo stesso vale per l'età dei partecipanti. I giovani sotto i 26 anni costituiscono più dell'80% del campione.

L'obiettivo della ricerca presentata è quello di comprendere l'interazione tra l'utilizzo problematico dei social media e il benessere, ma il disegno trasversale dello studio non consente di proporre inferenze causali sulla relazione. Analisi correlazionali come quelle presentate non possono determinare se è l'uso delle piattaforme digitali a causare una riduzione benessere o se un ridotto benessere influenzi l'utilizzo problematico dei social media.

Nonostante i limiti presentati, riteniamo che i risultati ottenuti possano indicare interessanti punti di partenza da cui sviluppare prospettive per ricerche successive. Innanzitutto, in ricerche future sarebbe opportuno ottenere un campione randomizzato, privo di errori sistematici, composto equamente da uomini e donne e da persone omogeneamente rappresentanti le varie fasce d'età.

Come abbiamo accennato tra i limiti della ricerca, il disegno dello studio non ci ha consentito di presentare inferenze causali. Le nostre ipotesi si focalizzano sull'influenza di PSMU sul benessere, ma è plausibile un modello inverso in cui è la variabile del benessere che induce un utilizzo problematico dei social media. Nonostante molti studi sostengano un percorso causale in cui è l'utilizzo problematico dei social media a influenzare in maniera negativa il benessere (Brooks, 2015; Satici & Uysal, 2015; Wheatley & Buglass, 2019), la direzione potrebbe essere bidirezionale o, come affermano altre ricerche presenti in letteratura, inversa (Raudsepp & Kais, 2019). Lo studio presentato costituisce parte di un progetto più ampio e presenta una parte dei dati raccolti nel tempo uno della ricerca. Nella continuazione del lavoro è previsto uno studio longitudinale in modo da colmare il limite presentato.

L'analisi della relazione descritta nell'ipotesi 4, ha dimostrato che la solitudine non ha un effetto moderatore nella relazione tra l'utilizzo problematico dei social media e il benessere. Nonostante questo risultato, abbiamo potuto osservare una relazione positiva tra l'utilizzo problematico dei social media e la solitudine e una relazione negativa tra la solitudine e il benessere emotivo. Degli approfondimenti futuri potrebbero concentrarsi sulla comprensione di quali altri fattori intervengono in questa relazione utilizzando misure diverse.

La ricerca presentata ha evidenziato come l'utilizzo problematico dei social media sia un fenomeno complesso e il costrutto è stato indagato ponendo domande relative alle esperienze degli individui nell'utilizzo delle piattaforme digitali. Negli studi futuri, sarebbe interessante comprendere altre variabili influenzanti questo comportamento, come vedremo nel paragrafo successivo. Esse consentirebbero di agire preventivamente individuando i possibili fattori di rischio e promuovendo fattori di protezione.

6.2 Implicazioni per la clinica e la prevenzione

In un contesto storico e culturale in cui l'essere connessi fa parte delle nostre vite, è sempre maggiormente utile per i ricercatori e per la clinica comprendere l'entità, i possibili benefici e i rischi del tempo trascorso online.

Esplorando i dati raccolti dalla ricerca fino ad ora presentata, l'impatto dell'uso problematico dei social sul benessere è una sfida attuale per i professionisti della salute, i quali si devono impegnare per intervenire e prevenire il fenomeno descritto.

Kuss e Billieux (2017) affermano che i progressi ottenuti nel campo delle tecnologie digitali possono portare a esiti positivi come la promozione della salute, dell'istruzione, del tempo libero, della comunicazione e della connettività globale. Nonostante questo, le ricerche condotte negli ultimi due decenni evidenziano il prezzo derivante dall'utilizzo delle tecnologie digitali. Le prove raccolte dalle ricerche empiriche sottolineano una serie di conseguenze negative, relative all'utilizzo eccessivo delle nuove tecnologie, riguardanti disagi, sintomi psicopatologici, problemi relativi alla salute, difficoltà professionali e sociali. Gli autori affermano che l'uso eccessivo delle piattaforme digitali è stato riconosciuto come un problema da parte dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (2014). Kuss e Billieux (2017) sostengono che è opportuno generare nuove prove, promuovere dibattiti tra gli studiosi e accrescere le conoscenze scientifiche sull'utilizzo eccessivo e problematico delle piattaforme digitali, al fine di attuare politiche di prevenzione e di trattamento.

Come promotori della salute è necessario riconoscere l'utilizzo problematico e le conseguenze che al giorno d'oggi stanno avendo i social media, promuovendone un uso responsabile, evidenziandone i fattori di protezione e di rischio e prevenendone l'utilizzo problematico.

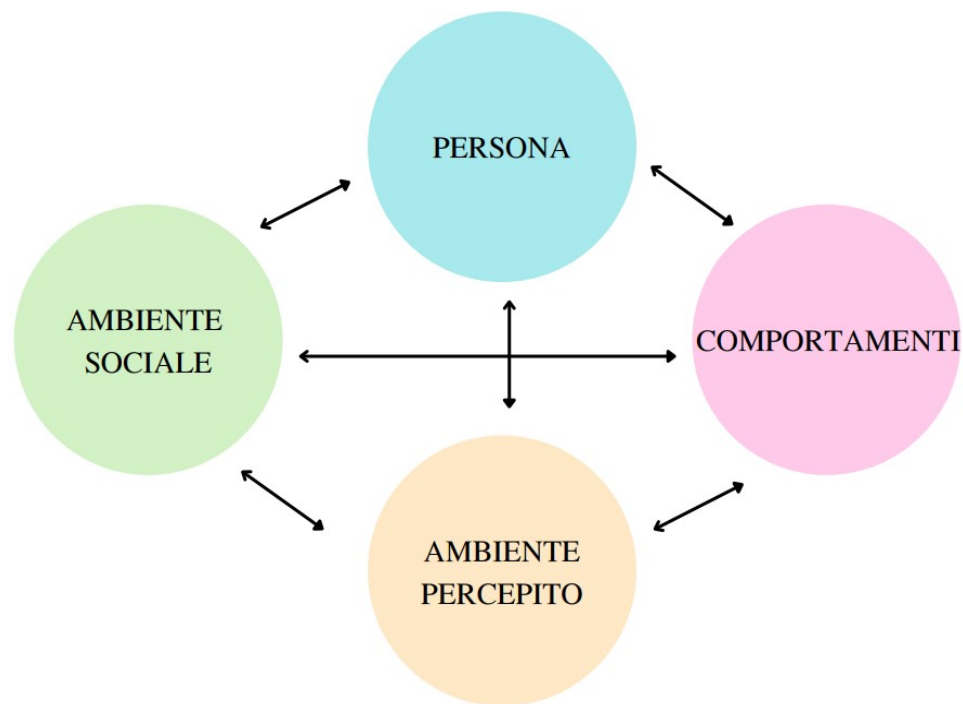
Il comportamento eccessivo nell'utilizzo dei social media sembra essere maggiore tra i giovani adulti. Nella nostra ricerca abbiamo osservato una correlazione negativa tra età e utilizzo problematico delle piattaforme digitali. Questo ci invita a individuare dei programmi di prevenzione in particolare per gli adolescenti e i giovani.

Bonino e Cattelino (2008) sostengono che lo studio dei comportamenti a rischio deriva dall'analisi delle interazioni di diversi sistemi. Jessor (1991) afferma che un quadro socio-psicologico completo al fine di comprendere e spiegare il comportamento include generalmente quattro principali sistemi esplicativi: l'ambiente sociale, l'ambiente percepito, la persona e il comportamento.

Nella nostra ricerca ci siamo soffermati sulla comprensione del comportamento a rischio e sulle conseguenze che esso può avere sul benessere. Per pianificare un

intervento, secondo lo schema proposto, il comportamento deve essere connesso e integrato con altre variabili di seguito descritte.

FIG. 6.1 *Sistematizzazione del modello sistematico interazionista* (Jessor et al. 1991)



Bonino e Cattelino (2007) descrivono la variabile relativa alla persona attribuendo importanza agli aspetti cognitivi che consentono di interpretare e attribuire un significato alla realtà e all'esperienza che ogni persona sta vivendo, valutando le offerte provenienti dall'ambiente circostante e le conseguenze delle azioni anticipandone gli esiti. L'ambiente non è soltanto quello sociale ma anche quello percepito, in modo tale da non considerare soltanto le caratteristiche fisico-geografiche o socio-strutturali, ma il significato che il soggetto attribuisce all'esperienza ambientale.

Jessor (1991) sostiene che il quadro evidenzia la complessità richiesta nel comprendere i comportamenti a rischio. La descrizione dovrebbe coinvolgere quanti più domini esplicativi possibili, così come le loro interazioni. Limitarsi a un singolo dominio presentato, qualsiasi esso sia, è incompleto. La propensione a organizzare l'intervento impegnandosi su una singola variabile è di scarso sostegno, considerata la vasta gamma di fattori e domini che influenzano i comportamenti a rischio. L'autore sostiene che di fondamentale importanza, anche se non rappresentati nella figura, sono i cambiamenti in atto in ognuno dei domini presentati. I processi di cambiamento evolutivo dell'individuo e di cambiamento storico e sociale devono essere presi in considerazione. Inoltre, la direzione dell'influenza nella figura è bidirezionale dall'alto verso il basso e dal basso verso l'alto. Jessor (1991) sottolinea l'importanza della complessità della rete proposta, suggerendo che gli sforzi di prevenzione e di intervento globali permettono di raggiungere un successo maggiore rispetto a quelli più limitati, generando effetti duraturi. I programmi dovrebbero contemporaneamente ridurre i rischi e promuovere la protezione.

Bonino e Cattelino (2007) sostengono che alla luce del modello interazionista e sistemico presentato i comportamenti a rischio sono descrivibili come "Azioni dotate di un senso, messe in atto in uno specifico momento della propria vita e in un particolare contesto, per raggiungere obiettivi personalmente e socialmente significativi" (p. 46).

Al fine di organizzare un intervento preventivo a seguito delle analisi effettuate e alla comprensione dell'attuale problematicità nell'utilizzo dei social media e dell'associazione con il benessere, è stata pensata una traccia concettuale di intervento sulla base di una ricerca proposta da Iudici et al. (2018), nella quale emergono delle implicazioni importanti per l'organizzazione e lo svolgimento del lavoro nelle diverse realtà.

Innanzitutto gli autori sostengono che il contesto in cui andiamo a lavorare, in questo caso tra i giovani quindi presumibilmente nelle scuole, ha le sue specificità e orientamenti. Acquisire le narrazioni costruite da studenti e insegnanti di una scuola in merito ad uno specifico tema, nel nostro caso l'utilizzo dei social media, è fondamentale per l'interazione e per rilevare le esigenze di cambiamento.

In secondo luogo, gli autori considerano sia utile indagare le configurazioni delle interazioni che hanno portato a uno specifico comportamento. L'attenzione in questo

caso non è posta sulle credenze o sulle idee degli studenti, ma sul processo di costruzione di un certo contenuto e la sua configurazione. In terzo luogo, l'obiettivo è quello di rilevare le esigenze di cambiamento. Gli autori si chiedono "Quali trasformazioni si ritiene debbano essere innescate per consentire agli studenti o alla classe di orientare la propria biografia in termini di responsabilizzazione e su principi salutistici?" (Iudici et al., 2018, p. 74). Il quarto punto prevede la costruzione di progetti che possano essere condivisibili e responsabilizzanti. Gli obiettivi vengono configurati in base all'analisi svolta, essi devono essere riconosciuti e perseguiti dagli studenti.

Infine, il ultimo luogo, è prevista la valutazione del progetto dell'intervento, in termini processuali e di efficacia. L'articolo esaminato sostiene che l'efficacia si ottiene dal rapporto tra obiettivi perseguiti e risultati ottenuti, mediata da indicatori costruiti in base a determinati obiettivi delineati. Gli interventi sono valutati inoltre monitorando le strategie e le azioni che sono attuate rispetto alla progettazione dell'intervento.

6.3 Conclusioni finali

In conclusione, con il presente lavoro ci siamo proposti di contribuire alla riflessione su un fenomeno incisivo e in crescita tra la popolazione: l'utilizzo dei social media. Abbiamo posto attenzione alle criticità e all'uso problematico di queste piattaforme considerando l'influenza che esse hanno sul nostro benessere, sulla felicità, la solitudine e la qualità del sonno.

Il nostro studio rappresenta uno dei punti d'inizio presenti nella letteratura. L'argomento merita di essere accuratamente approfondito da parte della comunità scientifica perché la diffusione dell'utilizzo dei social media è sempre maggiore in tutto il mondo. Riteniamo che il tema necessiti un'adeguata attenzione, così da intervenire a livello preventivo e a livello clinico in modo utile ed efficace, comprendendo le potenzialità dell'utilizzo dei social media e ponendo attenzione ai possibili rischi.

BIBLIOGRAFIA

- Akram, W., & Kumar, R. (2017). A study on positive and negative effects of social media on society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 351-354.
- Akın, A. (2012). The relationships between Internet addiction, subjective vitality, and subjective happiness. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15, 404-410. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0609>
- Alonzo, R., Hussain, J., Stranges, S., & Anderson, K. K. (2021). Interplay between social media use, sleep quality, and mental health in youth: A systematic review. *Sleep Medicine Reviews*, 56, 101414. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.101414>
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (5th ed)*.
- Andreassen, C. S. (2015). Online Social Network Site Addiction: a comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2, 175-184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Andreassen, C., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction-an overview. *Current pharmaceutical design*, 20, 4053-4061.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors*, 64, 287-293.
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current opinion in psychology*, 9, 44-49. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.006>

- Arad, A., Barzilay, O., & Perchick, M. (2017). The impact of Facebook on social comparison and happiness: *Evidence from a natural experiment*. Available at SSRN 2916158. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2916158>
- Arampatzi, E., Burger, M. J., & Novik, N. (2018). Social network sites, individual social capital and happiness. *Journal of Happiness Studies*, 19, 99-122. <https://doi.org/10.1007/s10902-016-9808-z>
- Auxier, B., & Anderson, M. (2021). Social Media Use in 2021. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>
- Baarck, J., Balahur-Dobrescu, A., Cassio, L.G., D'hombres, B., Pasztor, Z. & Tintori, G. (2021). Loneliness in the EU. Insights from surveys and online media data. *JRC Publications Repository*. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC125873>
- Baloğlu, M., Şahin, R., & Arpacı, I. (2020). A review of recent research in problematic internet use: gender and cultural differences. *Current Opinion in Psychology*, 36, 124-129. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.05.008>
- Bányai, F., Zsila, Á., Király, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., Andreassen, C.S., & Demetrovics, Z.(2017). Problematic social media use: results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PLOS ONE*, 12, Article 0169839. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169839>
- Banjanin, N., Banjanin, N., Dimitrijevic, I., & Pantic, I. (2015). Relationship between internet use and depression: Focus on physiological mood oscillations, social networking and online addictive behavior. *Computers in Human Behavior*, 43, 308–312. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.013>

- Barker, V. (2009). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *Cyberpsychology & behavior*, 12, 209-213. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0228>
- Belk, R., & Yeh, J. H. Y. (2011). Tourist photographs: signs of self. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 5, 345-353. <https://doi.org/10.1108/17506181111174628>
- Berryman, C., Ferguson, C.J. & Negy, C. (2018). Social Media use and mental health among young adults. *Psychiatric Quarterly*, 89, 307-314. <https://doi.org/10.1007/s11126-017-9535-6>
- Bettini, M. (2002). *Le orecchie di Ermes*. Biblioteca Einaudi.
- Biswas-Diener, R., Diener, E. (2009). Making the Best of a Bad Situation: Satisfaction in the Slums of Calcutta. In: Diener, E. (eds) *Culture and Well-Being. Social Indicators Research Series*, vol 38. Springer, Dordrecht. https://doi.org/10.1007/978-90-481-2352-0_13
- Bonds-Raacke, J., & Raacke, J. (2010). MySpace and Facebook: identifying dimensions of uses and gratifications for friend networking sites. *Individual Differences Research*, 8, 27-33. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.0056>
- Bonino, S., & Cattelino, E. (2008). *La prevenzione in adolescenza. Percorsi psicoeducativi di intervento sul rischio e la salute*. Edizioni Erickson.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

- Bozkurt, A. (2014). Renaissance 2.0: Connecting dots. In *Proceedings of The Association for Educational Communications and Technology (AECT) 2014 International Convention*, 37, 221-228.
- Bozkurt, A., & Tu, C. H. (2016). Digital identity formation: Socially being real and present on digital networks. *Educational Media International*, 53, 153-167. <http://dx.doi.org/10.1080/09523987.2016.1236885>
- Brooks, S. (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well-being?. *Computers in Human Behavior*, 46, 26-37. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.12.053>
- Buysse, D. J., Reynolds III, C. F., Monk, T. H., Berman, S. R., & Kupfer, D. J. (1989). The Pittsburgh Sleep Quality Index: a new instrument for psychiatric practice and research. *Psychiatry research*, 28, 193-213. [https://doi.org/10.1016/0165-1781\(89\)90047-4](https://doi.org/10.1016/0165-1781(89)90047-4)
- Cacioppo, J. T., & Cacioppo, S. (2018). The growing problem of loneliness. *The Lancet*, 391, 426. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)30142-9](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)30142-9)
- Cacioppo, S., Grippo, A. J., London, S., Goossens, L., & Cacioppo, J. T. (2015). Loneliness: Clinical import and interventions. *Perspectives on Psychological Science*, 10, 238-249. <https://doi.org/10.1177/1745691615570616>
- Cacioppo, J. T., & Patrick, W. (2008). *Loneliness: Human nature and the need for social connection*. WW Norton & Company.
- Cain, N., & Gradisar, M. (2010). Electronic media use and sleep in school-aged children and adolescents: A review. *Sleep medicine*, 11, 735-742. <https://doi.org/10.1016/j.sleep.2010.02.006>

- Caplan, S. E. (2002). Problematic Internet use and psychosocial well-being: development of a theory-based cognitive-behavioral measurement instrument. *Computers in Human Behavior, 18*, 553-575. [https://doi.org/10.1016/S0747-5632\(02\)00004-3](https://doi.org/10.1016/S0747-5632(02)00004-3)
- Caplan, S. E. (2010). Theory and measurement of generalized problematic Internet use: A two-step approach. *Computers in Human Behavior, 26*, 1089-1097. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.012>
- Carlson, J. R., Zivnuska, S., Harris, R. B., Harris, K. J., & Carlson, D. S. (2016). Social media use in the workplace: A study of dual effects. *Journal of Organizational and End User Computing (JOEUC), 28*, 15-31.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication, 23*, 46-65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>
- Chae, J. (2018). Reexamining the relationship between social media and happiness: The effects of various social media platforms on reconceptualized happiness. *Telematics and Informatics, 35*, 1656-1664. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.04.011>
- Chaffey, D., (2021). Global social media statistics research summary 2022. Retrieved from <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/> (ultima consultazione: 26 Maggio 2022)
- Chang, A. M., Aeschbach, D., Duffy, J. F., & Czeisler, C. A. (2015). Evening use of light-emitting eReaders negatively affects sleep, circadian timing, and next-morning alertness. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 112*, 1232-1237. <https://doi.org/10.1073/pnas.1418490112>
- Chow, C. M. (2020). Sleep and Wellbeing, Now and in the Future. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17*, 2883. <https://doi.org/10.3390/ijerph17082883>

- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, *15*, 117-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Christopher, J. C. (1999). Situating psychological well-being: Exploring the cultural roots of its theory and research. *Journal of Counseling & Development*, *77*, 141-152. <https://doi.org/10.1002/j.1556-6676.1999.tb02434.x>
- Cigna. (2020). Loneliness and the workplace. <https://www.cigna.com/static/www-cigna-com/docs/about-us/newsroom/studies-and-reports/combating-loneliness/cigna-2020-loneliness-report.pdf>
- Colombo, F. (2013). *Il potere socievole. Storia e critica dei social media*. Mondadori Bruno.
- Curcio, G., Tempesta, D., Scarlata, S., Marzano, C., Moroni, F., Rossini, P. M., ... & De Gennaro, L. (2013). Validity of the Italian version of the Pittsburgh sleep quality index (PSQI). *Neurological Sciences*, *34*, 511-519. <https://doi.org/10.1007/s10072-012-1085-y>
- D'aboy, J. E. (1972). *Loneliness: An investigation of terminology*. Arizona State University.
- Dalton, J. C., & Crosby, P. C. (2013). Digital identity: How social media are influencing student learning and development in college. *Journal of College and Character*, *14*, 1-4. <https://doi.org/10.1515/jcc-2013-0001>
- Delle Fave, A. (Ed.). (2007). *La condivisione del benessere. Il contributo della psicologia positiva* (Vol. 297). FrancoAngeli.
- Demarinis, S. (2020). Loneliness at epidemic levels in America. *Explore* (New York, NY), *16*, 278-279. <https://doi.org/10.1016/j.explore.2020.06.008>

- Diener, E., Ng, W., Harter, J., & Arora, R. (2010). Wealth and happiness across the world: material prosperity predicts life evaluation, whereas psychosocial prosperity predicts positive feeling. *Journal of personality and social psychology*, *99*, 52.
- Diener, E., Scollon, C. N., & Lucas, R. E. (2009). The evolving concept of subjective well-being: The multifaceted nature of happiness. In E. Diener (Ed.), *Assessing well-being: The collected works of Ed Diener* (pp. 67–100). Springer Science + Business Media. https://doi.org/10.1007/978-90-481-2354-4_4
- Diener, E., Suh, E., & Oishi, S. (1997). Recent findings on subjective well-being. *Indian journal of clinical psychology*, *24*, 25-41.
- Dizionario Etimologico Online. <https://www.etimo.it>
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends”: Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *12*, 1143-1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Espinoza, G., & Juvonen, J. (2011). The pervasiveness, connectedness, and intrusiveness of social network site use among young adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *14*, 705-709. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0492>
- Eurostat. (2019). Do Europeans feel lonely?
- Eurostat Regional Yearbook. (2021).
- Ezumah, B. (2013). College students’ use of Social Media: site preferences, uses and gratifications theory revisited. *International Journal of Business and Social Science*, *4*, 27-34.
- Faccio, E. (2007). *Le identità corporee. Quando l’immagine di sé fa star male*. Giunti Editore.

- Faelens, L., Hoorelbeke, K., Soenens, B., Van Gaeveren, K., De Marez, L., De Raedt, R., & Koster, E. H. (2021). Social media use and well-being: A prospective experiencesampling study. *Computers in Human Behavior, 114*, 106510.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current opinion in psychology, 9*, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations, 7*, 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Flaherty, L. M., Pearce, K. J., & Rubin, R. B. (1998). Internet and face-to-face communication: Not functional alternatives. *Communication Quarterly, 46*, 250-268. <https://doi.org/10.1080/01463379809370100>
- Giangrasso, B. (2021). Psychometric properties of the PERMA-Profiler as hedonic and eudaimonic well-being measure in an Italian context. *Current Psychology, 40*, 1175-1184. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-0040-3>
- Goffman, E. (1969). *La vita quotidiana come rappresentazione*. Il Mulino.
- Graham, S., Mason, A., Riordan, B., Winter, T., & Scarf, D. (2021). Taking a break from social media improves wellbeing through sleep quality. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 24*, 421-425. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0217>
- Greenhow1, G., Galvin, S. M., & Willet, B. S. (2019). What should be the role of social media in education? *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences, 6*, 178-185. <https://doi.org/10.1177/2372732219865290>
- Griffiths, M. (2005). A ‘components’ model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance use, 10*, 191-197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>

- Haack, M., & Mullington, J. M. (2005). Sustained sleep restriction reduces emotional and physical well-being. *Pain, 119*, 56-64. <https://doi.org/10.1016/j.pain.2005.09.011>
- Harvey, A. G., Stinson, K., Whitaker, K. L., Moskovitz, D., & Virk, H. (2008). The subjective meaning of sleep quality: a comparison of individuals with and without insomnia. *Sleep, 31*, 383-393. <https://doi.org/10.1093/sleep/31.3.383>
- Hawi, N. S., & Samaha, M. (2017). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review, 35*, 576-586. <https://doi.org/10.1177/0894439316660340>
- Helliwell, J. F., Layard, R., & Sachs, J. D. (2019). *World Happiness Report*. <https://worldhappiness.report/ed/2019/>
- Helliwell, J. F., Layard, R., Sachs, J. D., De Neve, J. M., Akin, L. B., & Wang, S. (2021). *World Happiness Report*. <https://worldhappiness.report/ed/2021/>
- Heu, L. C., Hansen, N., van Zomeren, M., Levy, A., Ivanova, T. T., Gangadhar, A., & Radwan, M. (2021). Loneliness across cultures with different levels of social embeddedness: A qualitative study. *Personal Relationships, 28*, 379-405. <https://doi.org/10.1111/per.12367>
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: a theory relating self and affect. *Psychological review, 94*, 319.
- Hoffman, D. L., & Novak, T. P. (2012). Why do people use social media? Empirical findings and a new theoretical framework for social media goal pursuit. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1989586>
- Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science, Technology & Society, 30*, 377-386. <https://doi.org/10.1177/0270467610385893>

- Hollenbaugh, E. E. (2021). Self-presentation in social media: Review and research opportunities. *Review of Communication Research*, 9, 80-98. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.027>
- Holliman, A. J., Waldeck, D., Jay, B., Murphy, S., Atkinson, E., Collie, R. J., & Martin, A. (2021). Adaptability and social support: examining links with psychological wellbeing among UK students and non-students. *Frontiers in Psychology*, 12, 205.
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37, 751-768. <https://doi.org/10.1521/jscp.2018.37.10.751>
- Istituto Superiore di Sanità. (2020). Come dormono gli italiani? Uno su sette dorme male e tre su 10 dormono poco.
- Iudici, A., Faccio, E., Rocelli, M., Turco, F., & Mazzucato, M. (2018). Dall'educazione della salute a scuola a una scuola competente in salute: storia e sviluppi degli interventi di contrasto alle sostanze psicotrope. *Scienze dell'Interazione*. 1-2, 69-78.
- Jayawickreme, E., Forgeard, M. J., & Seligman, M. E. (2012). The engine of wellbeing. *Review of General Psychology*, 16, 327-342. <https://doi.org/10.1037/a0027990>
- Jessor, R. (1991). Risk behavior in adolescence: A psychosocial framework for understanding and action. *Journal of Adolescent Health*, 12, 597-605.
- Kahneman, D., Diener, E., & Schwarz, N. (Eds.). (1999). *Well-being: Foundations of hedonic psychology*. Russell Sage Foundation.
- Kalpidou, M., Costin, D., & Morris, J. (2011). The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, 14, 183-189. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0061>

- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karahanna, E., Xu, S. X., & Zhang, N. (2015). Psychological ownership motivation and use of social media. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 23, 185-207.
- Kashdan, T. B., Biswas-Diener, R., & King, L. A. (2008). Reconsidering happiness: The costs of distinguishing between hedonics and eudaimonia. *The Journal of Positive Psychology*, 3, 219-233. <https://doi.org/10.1080/17439760802303044>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *The public opinion quarterly*, 37, 509-523. <https://www.jstor.org/stable/2747854>
- Keles, B., Leamy, M., Trainor, G., Murrells, T., & Grealish, A. (2020). A study protocol: the role of relational orientation in the relationship between social media use and mental health in adolescents. *Social Science Protocols*, 3, 1-14. <http://hdl.handle.net/10344/8797>
- Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2019). A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 1, 79-93. <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>
- Kemp, S. (2021). Digital 2021: Global Overview Report. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- Kim, J., & Lee, J. E. R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, 14, 359-364. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0374>

- Kircaburun, K., Kokkinos, C. M., Demetrovics, Z., Király, O., Griffiths, M. D., & Çolak, T. S. (2019). Problematic online behaviors among adolescents and emerging adults: Associations between cyberbullying perpetration, problematic social media use, and psychosocial factors. *International Journal of Mental Health and Addiction, 17*, 891-908. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9894-8>
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D.S., Lin, N., Shablack, H., Jonides, J., & Ybarra, O. (2013). Facebook Use Predicts Declines in Subjective Well-Being in Young Adults. *PLoS ONE, 8*, Article e69841. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0069841>
- Kuss, D. J., & Billieux, J. (2017). Technological addictions: Conceptualisation, measurement, etiology and treatment. *Addictive behaviors, 64*, 231-233.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online Social Networking and Addiction - A Review of the Psychological Literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 8*, 3528-3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International journal of environmental research and public health, 14*, 311. <https://doi.org/10.3390/ijerph14030311>
- Kuss, D., D Griffiths, M., Karila, L., & Billieux, J. (2014). Internet addiction: A systematic review of epidemiological research for the last decade. *Current pharmaceutical design, 20*, 4026-4052.
- Landers, R. N., & Lounsbury, J. W. (2006). An investigation of Big Five and narrow personality traits in relation to Internet usage. *Computers in Human Behavior, 22*, 283-293. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2004.06.001>
- Lenhart, A., Ling, R., Campbell, S., & Purcell, K. (2010). Teens and mobile phones: Text messaging explodes as teens embrace it as the centerpiece of their communication

strategies with friends. *Pew internet & American life project*.
<https://eric.ed.gov/?id=ED525059>

Levenson, J. C., Shensa, A., Sidani, J. E., Colditz, J. B., & Primack, B. A. (2016). The association between social media use and sleep disturbance among young adults. *Preventive medicine, 85*, 36-41. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2016.01.001>

Levine, M. P., & Harrison, K. (2009). Effects of media on eating disorders and body image. *Media effects*, 506-532. Routledge.

Luyster, F. S., Strollo, P. J., Zee, P. C., & Walsh, J. K. (2012). Sleep: a health imperative. *Sleep, 35*, 727-734. <https://doi.org/10.5665/sleep.1846>

Marino, C., Gini, G., Vieno, A., & Spada, M. M. (2018). The associations between problematic Facebook use, psychological distress and well-being among adolescents and young adults: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Affective Disorders, 226*, 274-281. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2017.10.007>

Marino, C., Lenzi, M., Canale, N., Pierannunzio, D., Dalmasso, P., Borraccino, A., Cappello, N., Lemma, P., Vieno, A., & the 2018 HBSC-Italia Group. (2020). Problematic social media use: associations with health complaints among adolescents. , *53*, 514-521.

Marino C, Vieno A, Altoè G, Spada MM. (2017). Factorial validity of the Problematic Facebook Use Scale for adolescents and young adults. *Journal of Behavioral Addictions, 6*, 5-10. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.004>

Marttila, E., Koivula, A., & Räsänen, P. (2021). Does excessive social media use decrease subjective well-being? A longitudinal analysis of the relationship between problematic use, loneliness and life satisfaction. *Telematics and Informatics, 59*, Article 101556. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101556>

- Mazzucato, M. (2020). Posto ergo sum. Quando parlare di identità digitale consente di rispondere in modo nuovo alla domanda “chi sono io?”. <https://scuolainterazionista.it/2020/12/19/posto-ergo-sum-quando-parlare-di-identita-digitale-consente-di-risponderein-modo-nuovo-alla-domanda-chi-sono-io/>
- Merchant, G. (2006). Identity, social networks and online communication. *E-Learning and digital media*, 3, 235-244.
- Mérelle, S., Kleiboer, A., Schotanus, M., Cluitmans, T. L., Waardenburg, C. M., Kramer, D., van de Mheen, D., & van Rooij, A. (2017). Which health-related problems are associated with problematic video-gaming or social media use in adolescents?. *Clinical Neuropsychiatry: journal of treatments evaluation*, 14, 11-19.
- Muscanell, N. L., & Guadagno, R. E. (2012). Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use. *Computers in Human Behavior*, 28, 107-112. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.08.016>
- National Sleep Foundation (NSF). <https://www.thensf.org>
- National Sleep Foundation (NSF). What Is Sleep Quality?. <https://www.thensf.org/what-is-sleep-quality/>
- Novak, T. P. (2008). The social web. In *Marketing Science Institute Immersion Conference*. Boston MA. October, 14-15.
- Nowland, R., Necka, E. A., & Cacioppo, J. T. (2018). Loneliness and social internet use: pathways to reconnection in a digital world?. *Perspectives on Psychological Science*, 13, 70-87. <https://doi.org/10.1177/1745691617713052>
- O'Reilly, T. (2004). Conference. <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

- O'Reilly, M., Dogra, N., Whiteman, N., Hughes, J., Eruyar, S., & Reilly, P. (2018). Is social media bad for mental health and wellbeing? Exploring the perspectives of adolescents. *Clinical child psychology and psychiatry*, 23, 601-613. <https://doi.org/10.1177/1359104518775154>
- Organizzazione Mondiale della Sanità. <https://www.salute.gov.it/portale/rapportiInternazionali/dettaglioContenutiRapportiInternazionali.jsp?area=rapporti&id=1784&lingua=italiano&menu=mondiale>
- Ostic, D., Qalati, S. A., Barbosa, B., Shah, S. M. M., Galvan Vela, E., Herzallah, A. M., & Liu, F. (2021). Effects of social media use on psychological well-being: a mediated model. *Frontiers in Psychology*, 12, 2381.
- Paakkari, L., Tynjälä, J., Lahti, H., Ojala, K., & Lyyra, N. (2021). Problematic social media use and health among adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18, Article 1885.
- Pacheco, C., & Singh, A. (2022). Why Do We Need Sleep? National Sleep Foundation. <https://www.sleepfoundation.org/how-sleep-works/why-do-we-need-sleep>
- Paschke, K., Austermann, M.I., & Thomasius, R. (2021). ICD-11-Based Assessment of Social Media Use Disorder in Adolescents: Development and Validation of the Social Media Use Disorder Scale for Adolescents. *Frontiers in Psychiatry*, 12, Article 661483. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.661483>
- Patulny, R. (2020). Does social media make us more or less lonely? Depends on how you use it.
- Peplau, L. A., & Perlman, D. (1982). *Loneliness: A sourcebook of current theory, research and therapy*. John Wiley & Sons Inc
- Perrin, A. (2015). Social media usage. *Pew research center*, 52-68.

- Pew Research Center. (2018). Teens have mixed views on social media's effect on people their age; many say it helps them connect with others, some express concerns about bullying-03-test. https://www.pewresearch.org/internet/pi_2018-05-31_teenstech_0-03-test/.
- Pfeil, U., Arjan, R., & Zaphiris, P. (2009). Age differences in online social networking— A study of user profiles and the social capital divide among teenagers and older users in MySpace. *Computers in Human Behavior*, *25*, 643-654. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.08.015>
- Primack, B. A., Shensa, A., Escobar-Viera, C. G., Barrett, E. L., Sidani, J. E., Colditz, J. B., & James, A. E. (2017). Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among US young adults. *Computers in human behavior*, *69*, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.013>
- Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaite, E. O., yi Lin, L., Rosen, D., Colditz, J., Rodovic, Ana., & Miller, E. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the US. *American journal of preventive medicine*, *53*, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2017.01.010>
- 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*, 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rasmussen, E. E., Punyanunt-Carter, N., LaFreniere, J. R., Norman, M. S., & Kimball, T. G. (2020). The serially mediated relationship between emerging adults' social media use and mental well-being. *Computers in Human Behavior*, *102*, 206-213. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.08.019>
- Raudsepp, L., & Kais, K. (2019). Longitudinal associations between problematic social media use and depressive symptoms in adolescent girls. *Preventive Medicine Reports*, *15*, Article 100925. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2019.100925>

- Reynolds, A. C., Meltzer, L. J., Dorrian, J., Centofanti, S. A., & Biggs, S. N. (2019). Impact of high-frequency email and instant messaging (E/IM) interactions during the hour before bed on self-reported sleep duration and sufficiency in female Australian children and adolescents. *Sleep Health, 5*, 64-67.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual review of psychology, 52*, 141-166. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.141>
- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in human behavior, 27*, 1658-1664. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004>
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of personality and social psychology, 57*, 1069.
- Rosedale, M. (2007). Loneliness: An exploration of meaning. *Journal of the American Psychiatric Nurses Association, 13*, 201-209. <https://doi.org/10.1177/1078390307306617>
- Rubin, A. M., & Rubin, R. B. (1985). Interface of personal and mediated communication: A research agenda. *Critical Studies in Media Communication, 2*, 36-53.
- Salvini, A., & Dondoni, M. (2011). *Psicologia clinica dell'interazione e psicoterapia*. Giunti Editore.
- Satici, S. A., & Uysal, R. (2015). Well-being and problematic Facebook use. *Computers in Human Behavior, 49*, 185-190. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.005>

- Satici, S. A. (2019). Facebook addiction and subjective well-being: A study of the mediating role of shyness and loneliness. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17, 41-55. <https://doi.org/10.1007/s11469-017-9862-8>
- Schlenker, B. R. (1985). Identity and self-identification. *The self and social life*, 65, 99-106.
- Scott, H., & Woods, H. C. (2018). Fear of missing out and sleep: Cognitive behavioural factors in adolescents' nighttime social media use. *Journal of adolescence*, 68, 61-65. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2018.07.009>
- Seligman, M. E. (2002). Positive psychology, positive prevention, and positive therapy. *Handbook of positive psychology*, 2, 3-12.
- Seligman, M. E. (2012). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Free Press
- Siddiqui, S., & Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *International journal of computer applications technology and research*, 5, 71-75.
- Smith, R. H., & Kim, S. H. (2007). Comprehending envy. *Psychological bulletin*, 133, 46. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.133.1.46>
- Statista. (2021). Top 50 countries in the Globalization Index 2021. <https://www.statista.com/statistics/268168/globalization-index-by-country/>
- 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*, 11, Article 106699. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106699>
- Thomé, S., Dellve, L., Härenstam, A., & Hagberg, M. (2010). Perceived connections between information and communication technology use and mental symptoms among young adults-a qualitative study. *BMC Public Health*, 10, 1-14.

- Tiggemann, M., & Slater, A. (2017). Facebook and body image concern in adolescent girls: A prospective study. *International Journal of Eating Disorders*, *50*, 80-83. <https://doi.org/10.1002/eat.22640>
- Turkle, S. (2012). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books
- Tuten, T. L., & Salomon, M. R. (2014). *Social Media Marketing*. Pearson.
- Twenge, J. M. (2019). The Sad State of Happiness in the United States and the Role of Digital Media. In J. F. Helliwell, R. Layard, J. D. Sachs (A cura di), World Happiness Report. https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2019/WHR19_Ch5.pdf
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2019). Media use is linked to lower psychological well-being: Evidence from three datasets. *Psychiatric Quarterly*, *90*, 311-331.
- Twenge, J. M., & Martin, G. N. (2020). Gender differences in associations between digital media use and psychological well-being: Evidence from three large datasets. *Journal of Adolescence*, *79*, 91-102. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2019.12.018>
- Van Cauter, E., & Knutson, K. L. (2008). Sleep and the epidemic of obesity in children and adults. *European journal of endocrinology*, *159*, 59-66.
- Van den Eijnden, R., Koning, I., Doornwaard, S., Van Gorp, F., & Ter Bogt, T. (2018). The impact of heavy and disordered use of games and social media on adolescents' psychological, social, and school functioning. *Journal of behavioral addictions*, *7*, 697-706. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.65>
- Van den Eijnden, R. J., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The social media disorder scale. *Computers in Human Behavior*, *61*, 478-487. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>

- Varghese, N. E., Lugo, A., Ghislandi, S., Colombo, P., Pacifici, R., & Gallus, S. (2020). Sleep dissatisfaction and insufficient sleep duration in the Italian population. *Scientific reports*, 10, 1-8. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-72612-4>
- Veenhoven, R. (1991). Is happiness relative?. *Social indicators research*, 24, 1-34. <https://doi.org/10.1007/BF00292648>
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11, 274-302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Vittadini, N. (2018). *Social media studies. I social media alla soglia della maturità: storia, teorie e temi*. Franco Angeli
- Wacquant, L. J., & Bourdieu, P. (1992). *An invitation to reflexive sociology* (pp. 1-59). Cambridge: Polity.
- Warburton, S., & Hatzipanagos, S. (2013). *Digital Identity and Social Media*. Information Science Reference.
- Waterman, A. S. (1993). Two conceptions of happiness: Contrasts of personal expressiveness (eudaimonia) and hedonic enjoyment. *Journal of personality and social psychology*, 64, 678. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.64.4.678>
- Weaver Lariscy, R., Tinkham, S. F., & Sweetser, K. D. (2011). Kids these days: Examining differences in political uses and gratifications, internet political participation, political information efficacy, and cynicism on the basis of age. *American Behavioral Scientist*, 55, 749-764. <https://doi.org/10.1177/0002764211398091>
- Weiser, E. B. (2000). Gender differences in Internet use patterns and Internet application preferences: A two-sample comparison. *Cyberpsychology and behavior*, 3, 167-178. <https://doi.org/10.1089/109493100316012>

- Wheatley, D., & Buglass, S. D. (2019). Social network engagement and subjective wellbeing: a life-course perspective. *British Journal of Sociology*, 70, 1971–1995. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12644>
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16, 362-369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Wirtz, D., Tucker, A., Briggs, C., & Schoemann, A. M. (2020). How and why social media affect subjective well-being: Multi-site use and social comparison as predictors of change across time. *Journal of Happiness Studies*, 22, 1673–1691.
- Woods, H. C., & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of adolescence*, 51, 41-49. <http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008>
- World Health Organization. (2019). International statistical classification of diseases and related health problems (11th ed.). <https://icd.who.int/>
- Yau, J. C., & Reich, S. M. (2019). “It's Just a Lot of Work”: Adolescents’ Self-Presentation Norms and Practices on Facebook and Instagram. *Journal of research on adolescence*, 29, 196-209. <https://doi.org/10.1111/jora.12376>
- Zhao, S. Z., Wang, M. P., Viswanath, K., Lai, A., Fong, D. Y. T., Lin, C. C., ... & Lam, T. H. (2019). Short sleep duration and insomnia symptoms were associated with lower happiness levels in Chinese adults in Hong Kong. *International journal of environmental research and public health*, 16, 2079. <https://doi.org/10.3390/ijerph16122079>

RINGRAZIAMENTI

Per concludere questo percorso di studi desidero ringraziare e dedicare la gioia di questo traguardo a tutti coloro che mi hanno sostenuta e appoggiata, accompagnandomi in questo e in ogni percorso di crescita affrontato.

Ringrazio innanzitutto i miei genitori per avermi trasmesso i loro insegnamenti, facendomi comprendere il potere della cultura e dell'educazione e per essere sempre stati presenti per me, combattendo insieme ogni battaglia.

Ringrazio Marta per essere cresciute insieme, vivendo ogni dolore e gioia l'una al fianco dell'altra.

Ringrazio Simone per completarmi e avermi donato il suo amore, supportandomi ogni giorno e condividendo i propri progetti l'uno con l'altra.

Ringrazio chi oggi non c'è fisicamente ma è sempre presente dentro di me. Ringrazio mio papà che oggi avrebbe avuto il sorriso più bello di tutti e ringrazio Nicola per avermi insegnato cosa vuol dire mettersi in gioco e trovare la forza per ricominciare, augurandogli tutto il bene del mondo per il percorso che sta affrontando.

Ringrazio la dottoressa Paola Santo per gli insegnamenti trasmessi durante l'esperienza di tirocinio, permettendomi di crescere a livello professionale e personale.

Ringrazio la professoressa Claudia Marino e collaboratori, le mie compagne Silvia e Giulia per aver condiviso con me il lavoro presentato e per aver sempre trovato in loro una fonte di motivazione, supporto e aiuto.

Un grazie speciale a chi ha saputo dedicarmi parte del suo tempo o un semplice pensiero, a chi mi è stato sempre accanto e mi ha aiutata a coltivare i miei sogni.

Elena