



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO
DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA E SCIENZE DELL'EDUCAZIONE
CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELL'EDUCAZIONE INDIRIZZO NIDI E COMUNITÀ
INFANTILI**

PEDAGOGIA SPERIMENTALE
Prof. Trincherò Roberto

RICERCA EMPIRICA

Vi è relazione tra l'uso dei social e l'auto percezione del nostro corpo?

A cura di:
Federica Baldassari (1081441)
Ilaria Casetta (1077436)
Arianna Donato (1031032)

A.A 2023/2024

INDICE

Introduzione	3
Problema conoscitivo	3
Obiettivo di ricerca	3
Tema di ricerca	3
Quadro teorico	3
Sitografia/Bibliografia	4
Mappa concettuale	5
Strategia di ricerca	6
Ipotesi di ricerca	6
Fattori rilevanti	6
Definizione operativa	6
Variabili di sfondo.....	8
Popolazione di riferimento, numerosità del campione, tipologia di campionamento.....	9
Tecniche e strumenti di rilevazione dei dati.....	9
Piano di raccolta dei dati.....	9
Questionario.....	9
Analisi dei dati (o controllo delle ipotesi).....	15
Interpretazione dei dati.....	38
Autoriflessione.....	39

INTRODUZIONE

La nostra idea di partenza è stata quella di individuare la presenza di correlazione tra il gioco e lo sviluppo cognitivo. Il motivo che ci ha spinto ad intraprendere questa ricerca è quello di verificare se lo sviluppo cognitivo sia influenzato dall'azione del gioco nei bambini.

PROBLEMA CONOSCITIVO

Vi è relazione tra l'uso dei social e l'auto percezione del nostro corpo?

OBIETTIVO DI RICERCA

Stabilire se vi è relazione tra l'uso dei social e l'autopercezione del nostro corpo

TEMA DI RICERCA

Uso dei social e auto percezione del nostro corpo

QUADRO TEORICO

SOCIAL MEDIA

I SM sono piattaforme online, comode, direttamente accessibili, necessitano solamente di una connessione ad Internet e un dispositivo che ad oggi nella nostra società la maggioranza possiede (soprattutto con la pandemia: didattiche a distanza, smartworking, assenza delle relazioni reali), consentono la condivisione e creazione di messaggi e contenuti, sono interattivi, personali, sempre disponibili. Con i SM giovani e adulti possono confrontarsi, sentirsi appartenenti ad un gruppo, sviluppare un senso d'identità, creare relazioni interpersonali. Queste caratteristiche permettono la sua continua evoluzione ed espansione, rendendolo uno strumento dotato di un grandissimo potere. Nel caso delle caratteristiche positive finora citate si può affermare che siano un'incredibile innovazione, ma ci sono degli effetti collaterali.

Data la natura altamente visiva dei SM, essi vengono usati per la condivisione di immagini e per questo motivo hanno un impatto significativo nella diffusione di ideali e standard di bellezza da idolatrare e ostentare, esponendo ripetutamente a immagini e modelli idealizzati rendendo facile la loro interiorizzazione.

Questi modelli sono inoltre irrealistici poiché le immagini possono essere modificate tramite appositi strumenti direttamente accessibili al fine di rendere il corpo ritratto più simile agli standard.

Gli effetti dei Social Media sull'immagine corporea sono complessi e indiretti, e non sono universali, infatti l'uso dei Social Media non porta direttamente effetti negativi a tutte le

persone che ne usufruiscono. Gli effetti negativi variano da piccoli a modesti, questo perché è probabile che agiscano in sinergia con differenze individuali nell'interiorizzazione dei modelli (Perloff, 2014) come bassa autostima, depressione e perfezionismo, preoccupazioni legate all'aspetto, interiorizzazione dell'ideale e centralità dell'aspetto nell'autostima sembrerebbero aumentare la vulnerabilità agli effetti negativi dei SM

AUTO PERCEZIONE

L'immagine corporea è una rappresentazione soggettiva che racchiude varie dimensioni (affettiva, percettiva, attitudinale, comportamentale) e fa riferimento alle rappresentazioni, le percezioni, i sentimenti all'interno della nostra mente, circa il proprio aspetto fisico, nella sua interezza o nelle singole parti, in termini di forma, dimensione, taglia. Per il benessere psicosociale è fondamentale sentirsi belli, attraenti, piacersi, soprattutto nelle adolescenti che sono sensibili a tutto ciò che riguarda il loro corpo. La società dove viviamo dà al corpo il ruolo di biglietto da visita, di simbolo di apparenza, soprattutto nel caso del corpo femminile rendendo sensibili e vulnerabili le ragazze agli effetti negativi dell'immagine corporea.

Un aspetto importante dell'immagine corporea è l'investimento dato ad essa, sia dal punto di vista cognitivo che comportamentale, che può essere funzionale se si tratta di valore che viene dato al controllo del proprio aspetto in termini di cura di sé o di orgoglio, ma può essere pericolosamente disfunzionale se si tratta di giudicare il proprio aspetto come parametro di valore personale o di senso di sé.

Un altro aspetto importante è come valutiamo la nostra immagine corporea rispetto agli standard proposti, quanto ci discostiamo da essi, questo può portare a soddisfazione corporea se ci si valuta coerenti con lo standard, oppure ad insoddisfazione corporea causata dalla discrepanza percepita tra sé e l'ideale proposto e interiorizzato, causando un sentimento di inadeguatezza e di estraniamento dal proprio corpo e portando di conseguenza ad una diminuzione dei sentimenti positivi nei suoi confronti, ad un calo dell'autostima e ad un aumento dell'ansia.

La teoria del confronto sociale di Festinger (1954) mostra come abbiamo un bisogno innato di confrontarci con gli altri per giudicare noi stessi, per inquadrare la nostra posizione rispetto a parametri, standard e ideali costruiti dalle persone con cui ci confrontiamo, con cui interagiamo, e dalla società più in generale.

L'insoddisfazione corporea è un aspetto dell'immagine corporea che nasce da questa scontentezza soggettiva per la forma, l'aspetto, il peso o alcuni particolari aspetti del corpo, I Disturbi della Nutrizione e dell'Alimentazione anche detti semplicemente Disturbi dell'alimentazione sono patologie complesse caratterizzate da un disfunzionale comportamento alimentare, un'eccessiva preoccupazione per il peso con alterata percezione dell'immagine corporea.

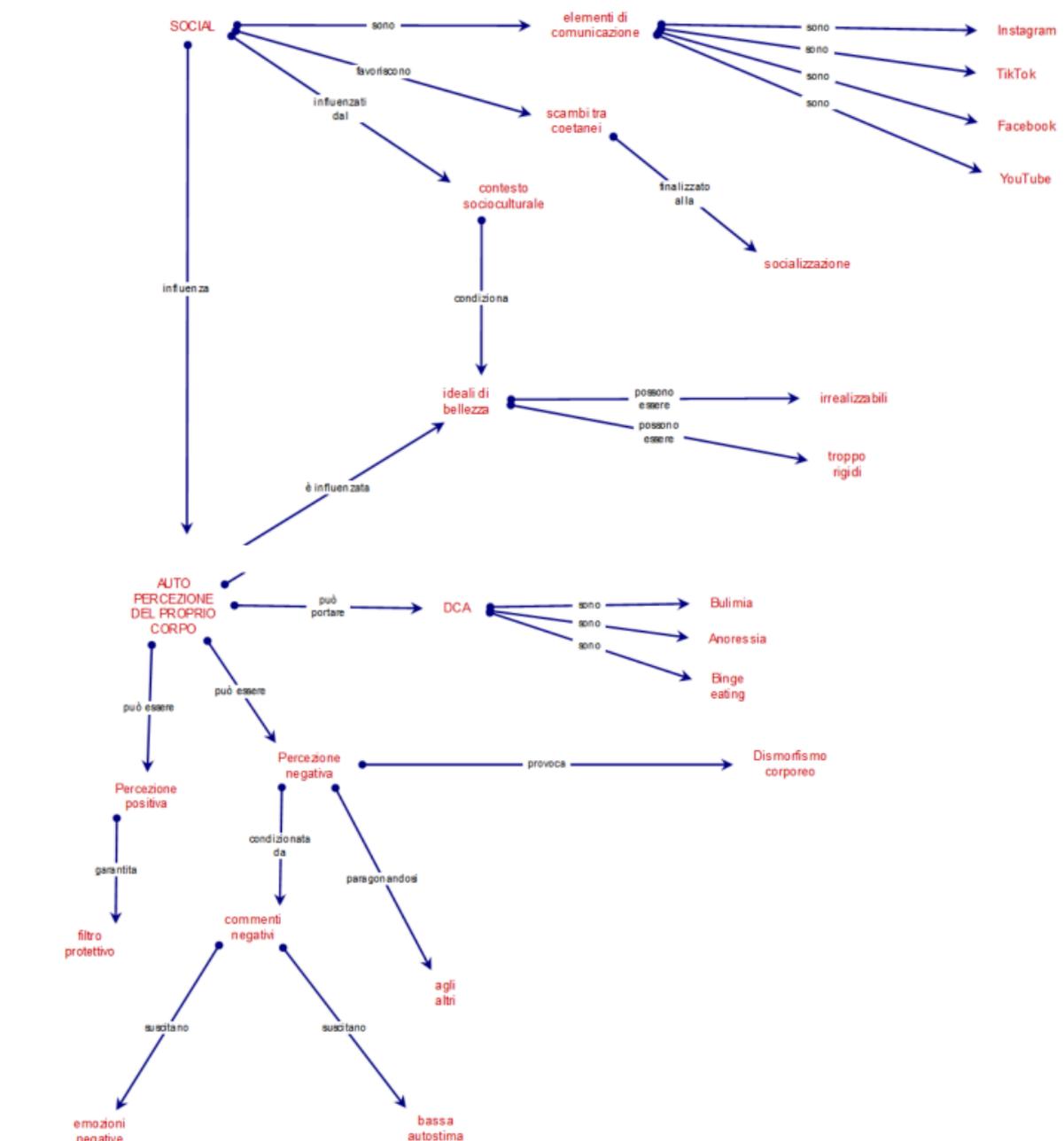
SITOGRAFIA

<https://www.salute.gov.it/portale/donna/dettaglioContenutiDonna.jsp?lingua=italiano&id=4470&area=Salute%20donna&menu=patologie>

BIBLIOGRAFIA

Queraiti Alessia, "L'impatto dei social media sui problemi di immagine corporea e disturbi alimentari", 2021/2022, Università degli Studi di Padova, Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione.

MAPPA CONCETTUALE



STRATEGIA DI RICERCA

Abbiamo scelto di utilizzare una ricerca standard basata sulla matrice dei dati che permette di stabilire se esista o meno una relazione tra due fattori.

La matrice dati è una tabella composta da tante righe quanti sono i referenti sotto esame e tante colonne quanti sono i fattori presi in considerazione. Ciascuna riga corrisponde ad un caso, e ciascuna colonna a una variabile (matrice casi per variabile).

FORMULAZIONE DELLE IPOTESI DI LAVORO

L'ipotesi della nostra ricerca è se vi è relazione tra l'uso dei social e l'auto percezione del nostro corpo.

FATTORI RILEVANTI

- Fattore indipendente: uso dei social
- Fattore dipendente: auto percezione del corpo

DEFINIZIONE OPERATIVA

FATTORE	INDICATORI	ITEM DI RILEVAZIONE	VARIABILI
Uso dei social (fattore indipendente)	Quantità di tempo passata sui social	D1 Quanto tempo passi sui social?	-1-2 ore -3-4 ore -Più di 5
	Social usato di più	D2 Quale social usi di più?	-Instagram -TikTok -Facebook -YouTube -Spotify
	Argomenti più ricercati	D3 Cosa guardi di più?	-Palestra/sport -Cibo -Animali -Moda/makeUp -Videogiochi -Moto/macchine -Meme -Viaggi -Libri -Notizie
	Influenza della realtà dei social	D4 Quanto ti influenza la realtà mostrata sui social?	Da 0 (per niente) a 5 (moltissimo)
	Realtà di quello che	D5 Quanto pensi	Da 0 (per niente) a 5

	viene mostrato sui social	che ciò che viene mostrato sui social sia reale?	(moltissimo)
	Modo in cui ti mostri sui social	D6 Tu quanto sei reale sui social?	Da 0 (per niente) a 5 (moltissimo)
	Comparazione tra il proprio fisico e quello degli altri visti sui social	D7 Fai paragoni con il tuo fisico e quelli mostrati sui social?	-Sempre -Spesso -A volte -Quai mai -Mai
	Timore di mostrarsi sui social	D8 Ti capita di avere paura di mostrarti sui social?	-Sempre -Spesso -A volte -Quai mai -Mai
	Giudizi/commenti sui social riferiti al proprio corpo	D9 Hai mai ricevuto giudizi/commenti sui social riferiti al tuo corpo?	-Sì -No
	Livello di influenza dei commenti	D10 Se sì quanto ti hanno influenzato?	Da 0 (per niente) a 5 (moltissimo)
	Modo in cui i social influenzano il soggetto	D11 Come ti hanno influenzato?	-In modo positivo(mi hanno alzato l'autostima) -In modo negativo (mi hanno abbassato l'autostima) -Non mi hanno influenzato
	Omologazione agli standard di bellezza	D12 Hai mai pensato di doverti adeguare agli standard di bellezza presenti sui social?	-Sì -No

FATTORE	INDICATORI	ITEM DI RILEVAZIONE	VARIABILI
Auto percezione del corpo (fattore dipendente)	Grado di confidenza con il proprio corpo	D1 Quanto ti senti a tuo agio con il tuo corpo?	Da 0 (per niente) a 5 (moltissimo)
	Influenza di fattori esterni	D2 E da cosa dipende?	-Ciò che vedo sui social -Dal mio umore -Da ciò che mangio durante la giornata -Dal giudizio altrui -Dal meteo -Da quanto mi alleno -Dalla mia famiglia
	Uso di app per modificare il proprio aspetto	D3 Hai mai usato app per modificare il tuo aspetto?	-Sì -No
	Ricorso ad una dieta	D4 Hai mai seguito una dieta?	-Sì -No -Ci ho pensato
	Modalità della dieta	D5 Se sì sei stato seguito da uno specialista?	-Sì -No, l'ho trovata su internet -Entrambe
	Relazione tra casi di DCA e uso dei social	D6 Secondo te quanto l'aumento di casi di DCA (disturbo del comportamento alimentare) è collegato all'uso dei social?	Da 0 (per niente) a 5 (moltissimo)
	Disturbo del comportamento alimentare	D7 Hai mai pensato di soffrire/sofferto di DCA?	-Sì l'ho pensato -Sì ho avuto una diagnosi -No
	Casi DCA vicino a te	D8 Una persona vicino a te ha sofferto di DCA?	-Sì -No -Non che io sappia
	Soddisfazione personale	D9 Quando ti guardi allo specchio ti piace quello che vedi?	Da 0 (per niente) a 5 (moltissimo)

VARIABILI DI SFONDO

- Età
- Genere

POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO, NUMEROSITÀ DEL CAMPIONE, TIPOLOGIA DEL CAMPIONAMENTO

La popolazione di riferimento per la nostra ricerca comprende i ragazzi di età 18-25 anni.

Il nostro campione è composto da 31 soggetti.

la tipologia di campionamento utilizzata è di tipo non probabilistico accidentale, in quanto i soggetti scelti come nostro campione erano i più facili da reperire.

TECNICHE E STRUMENTI DI RILEVAZIONE DEI DATI

La tecnica di rilevazione utilizzata è ad alta strutturazione, mediante un questionario online auto compilato a domande chiuse e anonimo.

Esso contiene una presentazione, alcune domande riferite alle variabili di sfondo e le domande riportate nella definizione operativa riferite ai fattori indipendente e dipendente. Attraverso queste domande siamo andate a rilevare dati personali, comportamenti, scelte e atteggiamenti.

Tale questionario è stato creato mediante la piattaforma Google moduli.

PIANO DI RACCOLTA DEI DATI

Dopo aver realizzato il questionario utilizzando Google Form, lo abbiamo inviato a soggetti di età compresa dai 18 ai 25 anni spiegando il nostro progetto di ricerca e chiedendo di compilarlo. Abbiamo raccolto un totale di 31 questionari e abbiamo inserito i dati in una matrice dati generata da un foglio elettronico Excel per procedere con l'analisi monovariata e bivariata delle variabili.

IL QUESTIONARIO

Siamo un gruppo di studentesse universitarie che frequentano Scienze dell'Educazione a Torino. Stiamo svolgendo una ricerca per il corso di Pedagogia Sperimentale sull'influenza dei social nella percezione del nostro corpo. Chiediamo gentilmente la vostra collaborazione rispondendo a questo questionario **ANONIMO**. Rispondere solamente se hai un'età compresa tra i **18 e 25 anni**.

Vi ringraziamo

1. Genere *

- Uomo
- Donna
- Preferisco non specificarlo

2. Età *

- 18-20
- 21-25

3. Quanto tempo passi al giorno sui social *

- 1-2 ore
- 3-4 ore
- Più di 5

4. Quale social usi di più *

- Instagram
- Tik Tok
- Facebook
- YouTube
- Spotify

5. Cosa guardi di più *

- Palestra/sport
- Cibo
- Animali
- Moda/MakeUp
- Videogiochi
- Moto/macchine
- Meme
- Viaggi
- Libri
- Notizie

6. Quanto ti influenza la "realtà" mostrata sui social *

0 1 2 3 4 5

Per niente

Moltissimo

7. Quanto pensi che ciò che viene mostrato sui social sia reale *

0 1 2 3 4 5

Per niente

Moltissimo

8. Tu quanto sei reale sui social *

0 1 2 3 4 5

Per niente

Moltissimo

9. Quanto ti senti a tuo agio con il tuo corpo *

0 1 2 3 4 5

Per niente

Moltissimo

10. E da cosa dipende *

- Ciò che vedo sui social
- Dal mio umore
- Da ciò che mangio durante la giornata
- Dal giudizio altrui
- Dal meteo
- Da quanto mi alleno
- Dalla mia famiglia

11. Fai paragoni tra il tuo fisico e quelli mostrati sui social *

- Sempre
- Spesso
- A volte
- Quasi mai
- Mai

12. Ti capita di avere paura di mostrarti sui social *

- Sempre
- Spesso
- A volte
- Quasi mai
- Mai

13. Hai mai ricevuto giudizi/commenti sui social riferiti al tuo corpo *

- Sì
- No

14. Se sì, quanto ti hanno influenzato? *

0 1 2 3 4 5

Per niente

Moltissimo

15. E come ti hanno influenzato *

- In modo positivo (mi hanno alzato l'autostima)
- In modo negativo (mi hanno abbassato l'autostima)
- Non mi hanno influenzato

16. Hai mai usato App per modificare il tuo aspetto *

- Sì
- No

17. Hai mai pensato di doverti adeguare agli standard di bellezza presenti sui social *

- Sì
- No

18. Hai mai seguito una dieta *

- Sì
- No
- Ci ho pensato

19. Se sì, sei stato seguito da uno specialista *

- Sì
- No, l'ho trovata su internet
- Entrambe

20. Secondo te quanto l'aumento di casi di DCA (disturbo del comportamento alimentare) è collegato all'uso dei social *

0 1 2 3 4 5

Per niente

Moltissimo

21. Hai mai pensato di soffrire/sofferto di DCA *

- Sì l'ho pensato
- Sì ho avuto una diagnosi
- No

22. Una persona vicino a te ha sofferto di DCA *

- Sì
- No
- Non che io sappia

23. Quando ti guardi allo specchio quanto ti piace quello che vedi *

0 1 2 3 4 5

Per niente

Moltissim

o

ANALISI DEI DATI (CONTROLLO DELLE IPOTESI)

Terminata l'operazione di rilevazione, tutte le informazioni raccolte sono state trascritte su un foglio Excel, per originare una matrice dati. La matrice dei dati è una tabella composta da tante righe quanti sono i referenti sotto esame e tante colonne quanti sono i fattori considerati per ogni referente. Ad ogni riga corrisponde un caso e ad ogni colonna corrisponde una variabile. All'incrocio di ogni riga e colonna è presente un dato, ossia il valore assunto da quella specifica variabile per quel determinato caso.

Utilizzando il programma JsStat abbiamo effettuato l'analisi monovariata e bivariata per analizzare i dati raccolti. Con l'analisi monovariata dei singoli fattori abbiamo ottenuto gli indici di tendenza centrale di ogni singola domanda. Ovvero:

- La media (aritmetica) è data dalla somma dei valori corrispondenti a ciascun caso divisa per il numero dei casi;
- La mediana è il punto che lascia alla sua sinistra e alla sua destra lo stesso numero di casi;
- La moda ossia la categoria con la frequenza più alta.

Abbiamo poi ottenuto gli indici di dispersione:

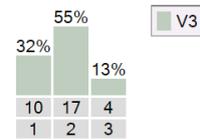
- Squilibrio: somma delle proporzioni al quadrato per ciascuna modalità della variabile
- Campo di variazione: distanza tra valore minimo e valore massimo
- Differenza interquartilica
- Scarto tipo: radice della somma delle differenze di ciascun valore rispetto alla media elevate al quadrato e rapportate al numero dei casi

ANALISI MONOVARIATA

1. V3: Quanto tempo passi al giorno sui social?

Distribuzione di frequenza:
V3

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	10	32%	10	32%	16%-49%
2	17	55%	27	87%	37%-72%
3	4	13%	31	100%	1%-25%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 2

Mediana = 2

Media = 1.81

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.42

Campo di variazione = 2

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.64

Indici di forma:

Asimmetria = 0.2

Curtosi = -0.67

Popolazione:

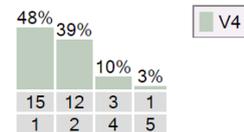
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.58 a 2.03
Scarto tipo	da 0.51 a 0.86

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.671

2. V4: Quale social usi di più?

Distribuzione di frequenza:
V4

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	15	48%	15	48%	31%-66%
2	12	39%	27	87%	22%-56%
4	3	10%	30	97%	0%-20%
5	1	3%	31	100%	0%-13%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 2

Media = 1.81

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.39

Campo di variazione = 4

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 1.06

Indici di forma:

Asimmetria = 1.53

Curtosi = 1.59

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.43 a 2.18
Scarto tipo	da 0.85 a 1.42

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0

3. V5_1: Cosa guardi di più? (Palestra/sport)

Distribuzione di frequenza:

V5_1

Modalità	Frequenza semplice	Percent semplice	Frequenza cumulata	Percent cumulata	Int. Fid. 95%
0	22	71%	22	71%	55%-87%
1	9	29%	31	100%	13%-45%

Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 0

Media = 0.29

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.59

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.45

Indici di forma:

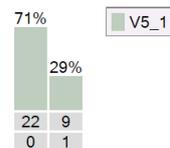
Asimmetria = 0.92

Curtosi = -1.15

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.13 a 0.45
Scarto tipo	da 0.36 a 0.61

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.047



V5_2: Cosa guardi di più? (Cibo)

Distribuzione di frequenza:

V5_2

Modalità	Frequenza semplice	Percent semplice	Frequenza cumulata	Percent cumulata	Int. Fid. 95%
0	14	45%	14	45%	28%-63%
1	17	55%	31	100%	37%-72%

Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 0.55

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.5

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.5

Indici di forma:

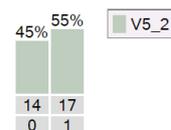
Asimmetria = -0.19

Curtosi = -1.96

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.37 a 0.72
Scarto tipo	da 0.4 a 0.67

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.075

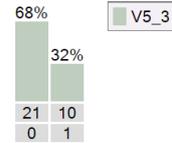


V5_3: Cosa guardi di più? (Animali)

Distribuzione di frequenza:

V5_3

Modalità	Frequenza semplice	Percent semplice	Frequenza cumulata	Percent cumulata	Int. Fid. 95%
0	21	68%	21	68%	51%-84%
1	10	32%	31	100%	16%-49%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 0

Media = 0.32

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.56

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.47

Indici di forma:

Asimmetria = 0.76

Curtosi = -1.42

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.16 a 0.49
Scarto tipo	da 0.37 a 0.62

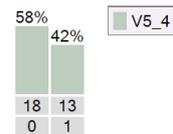
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.061

V5_4: Cosa guardi di più? (Moda/Make Up)

Distribuzione di frequenza:

V5_4

Modalità	Frequenza semplice	Percent semplice	Frequenza cumulata	Percent cumulata	Int. Fid. 95%
0	18	58%	18	58%	41%-75%
1	13	42%	31	100%	25%-59%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 0

Media = 0.42

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.51

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.49

Indici di forma:

Asimmetria = 0.33

Curtosi = -1.89

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.25 a 0.59
Scarto tipo	da 0.39 a 0.66

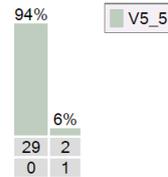
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.075

V5_5: Cosa guardi di più? (Videogiochi)

Distribuzione di frequenza:

V5_5

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	29	94%	29	94%	85%-100%
1	2	6%	31	100%	0%-15%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 0

Media = 0.06

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.88

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 0

Scarto tipo = 0.25

Indici di forma:

Asimmetria = 3.55

Curtosi = 10.57

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da -0.02 a 0.15
Scarto tipo	da 0.2 a 0.33

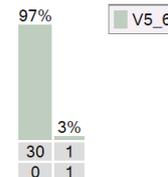
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0

V5_6: Cosa guardi di più? (Moto/macchine)

Distribuzione di frequenza:

V5_6

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	30	97%	30	97%	91%-100%
1	1	3%	31	100%	0%-13%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 0

Media = 0.03

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.94

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 0

Scarto tipo = 0.18

Indici di forma:

Asimmetria = 5.29

Curtosi = 26.03

Popolazione:

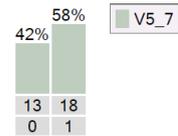
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da -0.03 a 0.09
Scarto tipo	da 0.14 a 0.24

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0

V5_7: Cosa guardi di più? (Meme)

Distribuzione di frequenza:
V5_7

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	13	42%	13	42%	25%-59%
1	18	58%	31	100%	41%-75%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 0.58

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.51

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.49

Indici di forma:

Asimmetria = -0.33

Curtosi = -1.89

Popolazione:

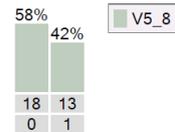
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.41 a 0.75
Scarto tipo	da 0.39 a 0.66

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.075

V5_8: Cosa guardi di più? (Viaggi)

Distribuzione di frequenza:
V5_8

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	18	58%	18	58%	41%-75%
1	13	42%	31	100%	25%-59%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 0

Media = 0.42

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.51

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.49

Indici di forma:

Asimmetria = 0.33

Curtosi = -1.89

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.25 a 0.59
Scarto tipo	da 0.39 a 0.66

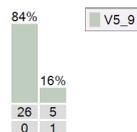
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.075

V5_9: Cosa guardi di più? (Libri)

Distribuzione di frequenza:

V5_9

Modalità	Frequenza semplice	Percent semplice	Frequenza cumulata	Percent cumulata	Int. Fid. 95%
0	26	84%	26	84%	71%-97%
1	5	16%	31	100%	3%-29%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 0

Media = 0.16

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.73

Campo di variazione = 1

Differenza interquartile = 0

Scarto tipo = 0.37

Indici di forma:

Asimmetria = 1.84

Curtosi = 1.39

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.03 a 0.29
Scarto tipo	da 0.29 a 0.49

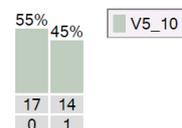
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0

V5_10: Cosa guardi di più? (Notizie)

Distribuzione di frequenza:

V5_10

Modalità	Frequenza semplice	Percent semplice	Frequenza cumulata	Percent cumulata	Int. Fid. 95%
0	17	55%	17	55%	37%-72%
1	14	45%	31	100%	28%-63%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 0

Media = 0.45

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.5

Campo di variazione = 1

Differenza interquartile = 1

Scarto tipo = 0.5

Indici di forma:

Asimmetria = 0.19

Curtosi = -1.96

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.28 a 0.63
Scarto tipo	da 0.4 a 0.67

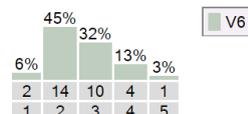
4. Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.075

5. V6: Quanto ti influenza la realtà mostrata sui social?

Distribuzione di frequenza:

V6

Modalità	Frequenza semplice	Percent semplice	Frequenza cumulata	Percent cumulata	Int. Fid. 95%
1	2	6%	2	6%	0%-15%
2	14	45%	16	52%	28%-63%
3	10	32%	26	84%	16%-49%
4	4	13%	30	97%	1%-25%
5	1	3%	31	100%	0%-13%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 2

Mediana = 2

Media = 2.61

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.33

Campo di variazione = 4

Differenza interquartile = 1

Scarto tipo = 0.9

Indici di forma:

Asimmetria = 0.58

Curtosi = 0.04

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.29 a 2.93
Scarto tipo	da 0.72 a 1.21

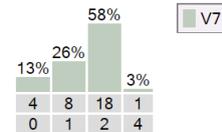
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.422

6. V7: Quanto pensi che ciò che viene mostrato sui social sia reale?

Distribuzione di frequenza:

V7

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	4	13%	4	13%	1%-25%
1	8	26%	12	39%	10%-41%
2	18	58%	30	97%	41%-75%
4	1	3%	31	100%	0%-13%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 2

Mediana = 2

Media = 1.55

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.42

Campo di variazione = 4

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.84

Indici di forma:

Asimmetria = 0.01

Curtosi = 1

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.25 a 1.84
Scarto tipo	da 0.67 a 1.12

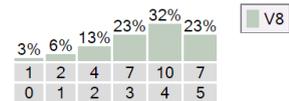
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.526

7. V8: Tu quanto sei reale sui social?

Distribuzione di frequenza:

V8

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	1	3%	1	3%	0%-13%
1	2	6%	3	10%	0%-15%
2	4	13%	7	23%	1%-25%
3	7	23%	14	45%	8%-37%
4	10	32%	24	77%	16%-49%
5	7	23%	31	100%	8%-37%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 4

Mediana = 4

Media = 3.42

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.23

Campo di variazione = 5

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 1.31

Indici di forma:

Asimmetria = -0.72

Curtosi = -0.12

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.96 a 3.88
Scarto tipo	da 1.05 a 1.76

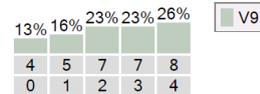
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.26

8. V9: Quanto ti senti a tuo agio con il tuo corpo?

Distribuzione di frequenza:

V9

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	4	13%	4	13%	1%;25%
1	5	16%	9	29%	3%;29%
2	7	23%	16	52%	8%;37%
3	7	23%	23	74%	8%;37%
4	8	26%	31	100%	10%;41%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 4

Mediana = 2

Media = 2.32

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.21

Campo di variazione = 4

Differenza interquartilica = 3

Scarto tipo = 1.35

Indici di forma:

Asimmetria = -0.29

Curtosi = -1.11

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.85 a 2.8
Scarto tipo	da 1.08 a 1.81

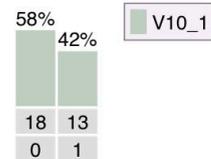
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.366

9. V10_1: E da cosa dipende? (Da ciò che vedo sui social)

Distribuzione di frequenza:

V10_1

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	18	58%	18	58%	41%;75%
1	13	42%	31	100%	25%;59%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 0

Media = 0.42

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.51

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.49

Indici di forma:

Asimmetria = 0.33

Curtosi = -1.89

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.25 a 0.59
Scarto tipo	da 0.39 a 0.66

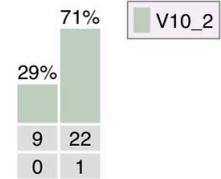
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.075

V10_2: E da cosa dipende? (Dal mio umore)

Distribuzione di frequenza:

V10_2

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	9	29%	9	29%	13%:45%
1	22	71%	31	100%	55%:87%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 0.71

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.59

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.45

Indici di forma:

Asimmetria = -0.92

Curtosi = -1.15

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.55 a 0.87
Scarto tipo	da 0.36 a 0.61

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera):

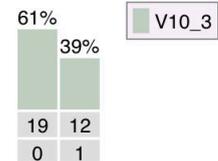
0.047

V10_3: E da cosa dipende? (Da ciò che mangio durante la giornata)

Distribuzione di frequenza:

V10_3

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	19	61%	19	61%	44%:78%
1	12	39%	31	100%	22%:56%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 0

Media = 0.39

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.53

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.49

Indici di forma:

Asimmetria = 0.46

Curtosi = -1.79

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.22 a 0.56
Scarto tipo	da 0.39 a 0.65

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera):

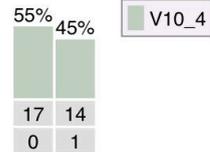
0.073

V10_4: E da cosa dipende? (Dal giudizio altrui)

Distribuzione di frequenza:

V10_4

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	17	55%	17	55%	37%:72%
1	14	45%	31	100%	28%:63%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 0

Media = 0.45

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.5

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.5

Indici di forma:

Asimmetria = 0.19

Curtosi = -1.96

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.28 a 0.63
Scarto tipo	da 0.4 a 0.67

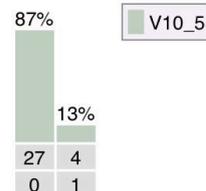
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera):
0.075

V10_5: E da cosa dipende? (Dal meteo)

Distribuzione di frequenza:

V10_5

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	27	87%	27	87%	75%:99%
1	4	13%	31	100%	1%:25%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 0

Media = 0.13

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.78

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 0

Scarto tipo = 0.34

Indici di forma:

Asimmetria = 2.21

Curtosi = 2.9

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.01 a 0.25
Scarto tipo	da 0.27 a 0.45

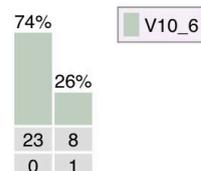
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0

V10_6: E da cosa dipende? (Da quanto mi alleno)

Distribuzione di frequenza:

V10_6

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	23	74%	23	74%	59%:90%
1	8	26%	31	100%	10%:41%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 0

Media = 0.26

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.62

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.44

Indici di forma:

Asimmetria = 1.11

Curtosi = -0.78

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.1 a 0.41
Scarto tipo	da 0.35 a 0.58

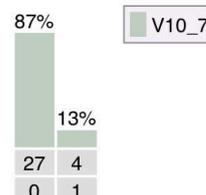
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera):
0.029

V10_7: E da cosa dipende? (Dalla mia famiglia)

Distribuzione di frequenza:

V10_7

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	27	87%	27	87%	75%:99%
1	4	13%	31	100%	1%:25%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 0

Media = 0.13

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.78

Campo di variazione = 1

Differenza interquartilica = 0

Scarto tipo = 0.34

Indici di forma:

Asimmetria = 2.21

Curtosi = 2.9

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.01 a 0.25
Scarto tipo	da 0.27 a 0.45

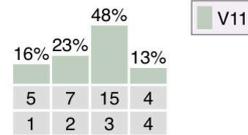
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0

10. V11: Fai paragoni tra il tuo fisico e quelli mostrati sui social?

Distribuzione di frequenza:

V11

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	5	16%	5	16%	3%:29%
2	7	23%	12	39%	8%:37%
3	15	48%	27	87%	31%:66%
4	4	13%	31	100%	1%:25%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 3

Mediana = 3

Media = 2.58

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.33

Campo di variazione = 3

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.91

Indici di forma:

Asimmetria = -0.37

Curtosi = -0.69

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.26 a 2.9
Scarto tipo	da 0.73 a 1.21

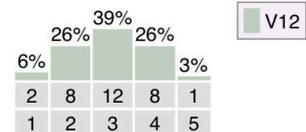
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.518

11. V12: Ti capita di avere paura di mostrarti sui social?

Distribuzione di frequenza:

V12

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	2	6%	2	6%	0%:15%
2	8	26%	10	32%	10%:41%
3	12	39%	22	71%	22%:56%
4	8	26%	30	97%	10%:41%
5	1	3%	31	100%	0%:13%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 3

Mediana = 3

Media = 2.94

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.29

Campo di variazione = 4

Differenza interquartilica = 2

Scarto tipo = 0.95

Indici di forma:

Asimmetria = -0.1

Curtosi = -0.5

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.6 a 3.27
Scarto tipo	da 0.76 a 1.27

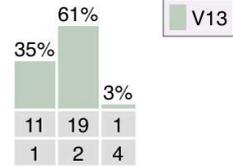
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.83

12. V13 Hai mai ricevuto giudizi/commenti sui social riferiti al tuo corpo?

Distribuzione di frequenza:

V13

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	11	35%	11	35%	19%:52%
2	19	61%	30	97%	44%:78%
4	1	3%	31	100%	0%:13%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 2

Mediana = 2

Media = 1.71

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.5

Campo di variazione = 3

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.63

Indici di forma:

Asimmetria = 1.09

Curtosi = 3.15

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.49 a 1.93
Scarto tipo	da 0.51 a 0.84

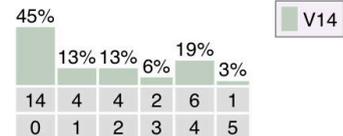
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0

13. V14: Se sì, quando ti hanno influenzato?

Distribuzione di frequenza:

V14

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0	14	45%	14	45%	28%:63%
1	4	13%	18	58%	1%:25%
2	4	13%	22	71%	1%:25%
3	2	6%	24	77%	0%:15%
4	6	19%	30	97%	5%:33%
5	1	3%	31	100%	0%:13%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 0

Mediana = 1

Media = 1.52

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.28

Campo di variazione = 5

Differenza interquartilica = 3

Scarto tipo = 1.68

Indici di forma:

Asimmetria = 0.62

Curtosi = -1.15

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 0.92 a 2.11
Scarto tipo	da 1.34 a 2.25

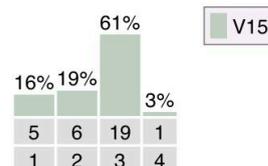
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.157

14. V15: E come ti hanno influenzato?

Distribuzione di frequenza:

V15

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	5	16%	5	16%	3%:29%
2	6	19%	11	35%	5%:33%
3	19	61%	30	97%	44%:78%
4	1	3%	31	100%	0%:13%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 3

Mediana = 3

Media = 2.52

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.44

Campo di variazione = 3

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.8

Indici di forma:

Asimmetria = -0.81

Curtosi = -0.4

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.24 a 2.8
Scarto tipo	da 0.64 a 1.07

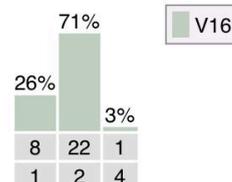
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.163

15. V16: Hai mai usato App per modificare il tuo aspetto?

Distribuzione di frequenza:

V16

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	8	26%	8	26%	10%:41%
2	22	71%	30	97%	55%:87%
4	1	3%	31	100%	0%:13%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 2

Mediana = 2

Media = 1.81

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.57

Campo di variazione = 3

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.59

Indici di forma:

Asimmetria = 1.02

Curtosi = 4.01

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.6 a 2.01
Scarto tipo	da 0.47 a 0.79

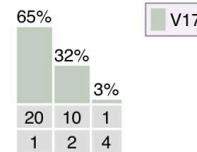
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0

16. V17: Hai mai pensato di doverti adeguare agli standard di bellezza presenti sui social?

Distribuzione di frequenza:

V17

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	20	65%	20	65%	48%:81%
2	10	32%	30	97%	16%:49%
4	1	3%	31	100%	0%:13%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.42

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.52

Campo di variazione = 3

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.66

Indici di forma:

Asimmetria = 1.97

Curtosi = 4.79

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.19 a 1.65
Scarto tipo	da 0.53 a 0.88

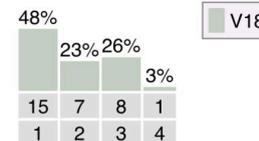
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0

17. V18: Hai mai seguito una dieta?

Distribuzione di frequenza:

V18

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	15	48%	15	48%	31%:66%
2	7	23%	22	71%	8%:37%
3	8	26%	30	97%	10%:41%
4	1	3%	31	100%	0%:13%



Campione:

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 2

Media = 1.84

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.35

Campo di variazione = 3

Differenza interquartilica = 2

Scarto tipo = 0.92

Indici di forma:

Asimmetria = 0.57

Curtosi = -1.02

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.52 a 2.16
Scarto tipo	da 0.73 a 1.23

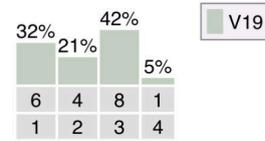
Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.218

18. V19: Se sì, sei stato seguito da uno specialista?

Distribuzione di frequenza:

V19

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	6	32%	6	32%	5%:58%
2	4	21%	10	53%	0%:42%
3	8	42%	18	95%	16%:68%
4	1	5%	19	100%	0%:21%



Campione:

Numero di casi= 19

Indici di tendenza centrale:

Moda = 3

Mediana = 2

Media = 2.21

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.32

Campo di variazione = 3

Differenza interquartile = 2

Scarto tipo = 0.95

Indici di forma:

Asimmetria = -0.06

Curtosi = -1.31

Popolazione:

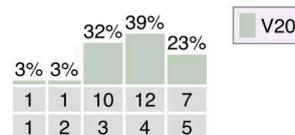
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.75 a 2.67
Scarto tipo	da 0.72 a 1.41

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.506

19. V20: Secondo te quanto l'aumento di casi di DCA (disturbo del comportamento alimentare) è collegato all'uso dei social?

Distribuzione di frequenza:**V20**

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	1	3%	1	3%	0%:13%
2	1	3%	2	6%	0%:13%
3	10	32%	12	39%	16%:49%
4	12	39%	24	77%	22%:56%
5	7	23%	31	100%	8%:37%

**Campione:**

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 4

Mediana = 4

Media = 3.74

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.31

Campo di variazione = 4

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.95

Indici di forma:

Asimmetria = -0.6

Curtosi = 0.43

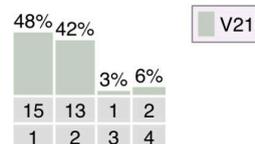
Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 3.41 a 4.08
Scarto tipo	da 0.76 a 1.27

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.353

20. V21: Hai mai pensato di soffrire/sofferto di DCA?**Distribuzione di frequenza:****V21**

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	15	48%	15	48%	31%:66%
2	13	42%	28	90%	25%:59%
3	1	3%	29	94%	0%:13%
4	2	6%	31	100%	0%:15%

**Campione:**

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 2

Media = 1.68

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.42

Campo di variazione = 3

Differenza interquartilica = 1

Scarto tipo = 0.82

Indici di forma:

Asimmetria = 1.36

Curtosi = 1.64

Popolazione:

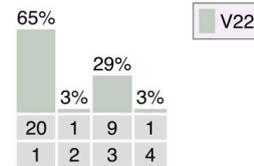
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.39 a 1.97
Scarto tipo	da 0.65 a 1.09

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.001

21. V22: Una persona vicino a te ha sofferto di DCA?

Distribuzione di frequenza:**V22**

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	20	65%	20	65%	48%:81%
2	1	3%	21	68%	0%:13%
3	9	29%	30	97%	13%:45%
4	1	3%	31	100%	0%:13%

**Campione:**

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 1

Mediana = 1

Media = 1.71

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.5

Campo di variazione = 3

Differenza interquartilica = 2

Scarto tipo = 0.99

Indici di forma:

Asimmetria = 0.81

Curtosi = -1.07

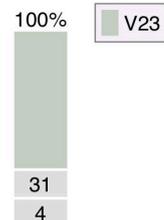
Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.36 a 2.06
Scarto tipo	da 0.79 a 1.32

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.09

22. V23: Quando ti guardi allo specchio quanto ti piace quello che vedi?**Distribuzione di frequenza:****V23**

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
4	31	100%	31	100%	100%:100%

**Campione:**

Numero di casi= 31

Indici di tendenza centrale:

Moda = 4

Mediana = 4

Media = 4

Indici di dispersione:

Squilibrio = 1

Campo di variazione = 0

Differenza interquartilica = 0

Scarto tipo = 0

Indici di forma:

Asimmetria = NaN

Curtosi = NaN

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 4 a 4
Scarto tipo	da 0 a 0

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): NaN

ANALISI BIVARIATA

1. V11-V16: Fai paragoni con il tuo fisico e quelli mostrati sui social?- Hai mai usato app per modificare il tuo aspetto?

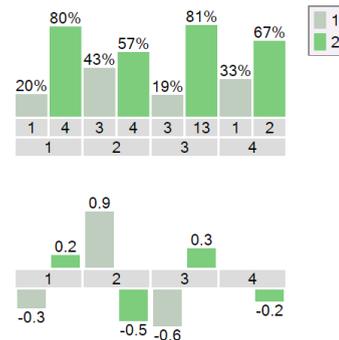
Tabella a doppia entrata:
V11 x V16

V16-> V11	1	2	Marginale di riga
1	1 1.3 -0.3	4 3.7 0.2	5
2	3 1.8 0.9	4 5.2 -0.5	7
3	3 4.1 -0.6	13 11.9 0.3	16
4	1 0.8 -	2 2.2 -0.2	3
Marginale di colonna	8	23	31

Il valore di X quadro non è significativo dato che vi sono frequenze attese minori di 1. Fare riferimento ai residui standardizzati.

Nelle celle della tabella sono indicati:

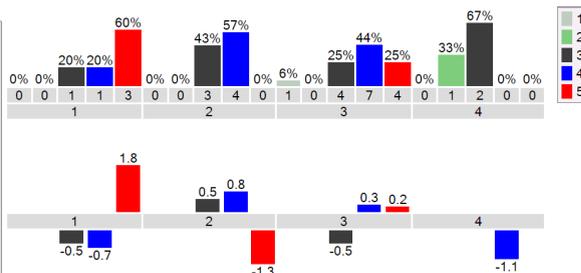
- la frequenza osservata O
- la frequenza attesa A
- il residuo standardizzato di cella, ossia lo scarto tra frequenza osservata e attesa rapportato alla radice quadrata della frequenza attesa $(O-A)/\sqrt{A}$: se superiore a +1,96 vi è attrazione significativa tra le due modalità delle variabili (a livello di fiducia 0,05), se inferiore a -1,96 vi è repulsione significativa tra le modalità delle due variabili



2. V11 - V20: Fai paragoni con il tuo fisico e quelli mostrati sui social? - Secondo te quanto l'aumento dei casi di DCA (disturbo del comportamento alimentare) è collegato all'uso dei social?

Tabella a doppia entrata:
V11 x V20

V20-> V11	1	2	3	4	5	Marginale di riga
1	0 0.2 -	0 0.2 -	1 1.6 -0.5	1 1.9 -0.7	3 1.1 1.8	5
2	0 0.2 -	0 0.2 -	3 2.3 0.5	4 2.7 0.8	0 1.6 -1.3	7
3	1 0.5 -	0 0.5 -	4 5.2 -0.5	7 6.2 0.3	4 3.6 0.2	16
4	0 0.1 -	1 0.1 -	2 1.2 -1.1	0 0.7 -	0 3 -	3
Marginale di colonna	1	1	10	12	7	31



Il valore di X quadro non è significativo dato che vi sono frequenze attese minori di 1. Fare riferimento ai residui standardizzati.

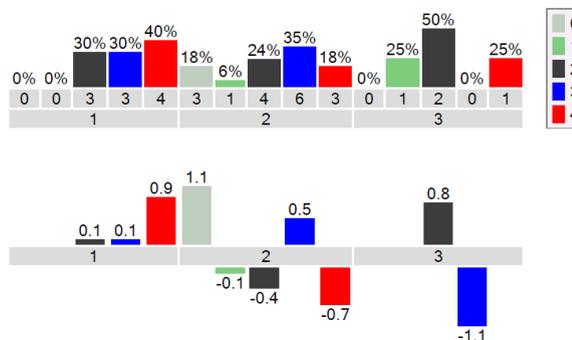
Nelle celle della tabella sono indicati:

- la frequenza osservata O
- la frequenza attesa A
- il residuo standardizzato di cella, ossia lo scarto tra frequenza osservata e attesa rapportato alla radice quadrata della frequenza attesa $(O-A)/\sqrt{A}$: se superiore a +1,96 vi è attrazione significativa tra le due modalità delle variabili (a livello di fiducia 0,05), se inferiore a -1,96 vi è repulsione significativa tra le modalità delle due variabili

3. V3-V23: Quanto tempo passi al giorno sui social?- Quando ti guardi allo specchio quanto ti piace quello che vedi?

Tabella a doppia entrata:
V3 x V23

V23-> V3	0	1	2	3	4	Marginale di riga
1	0 1 -	0 0.6 -	3 2.9 0.1	3 2.9 0.1	4 2.6 0.9	10
2	3 1.6 1.1	1 1.1 -0.1	4 4.9 -0.4	6 4.9 0.5	3 4.4 -0.7	17
3	0 0.4 -	1 0.3 -	2 1.2 0.8	0 1.2 -1.1	1 1 0	4
Marginale di colonna	3	2	9	9	8	31



Il valore di X quadro non è significativo dato che vi sono frequenze attese minori di 1. Fare riferimento ai residui standardizzati.

Nelle celle della tabella sono indicati:

- la frequenza osservata O
- la frequenza attesa A
- il residuo standardizzato di cella, ossia lo scarto tra frequenza osservata e attesa rapportato alla radice quadrata della frequenza attesa $(O-A)/\sqrt{A}$: se superiore a +1,96 vi è attrazione significativa tra le due modalità delle variabili (a livello di fiducia 0,05), se inferiore a -1,96 vi è repulsione significativa tra le modalità delle due variabili

4. V3-V20: Quanto tempo passi al giorno sui social? - Secondo te quanto l'aumento di casi di DCA è collegato all'uso dei social?

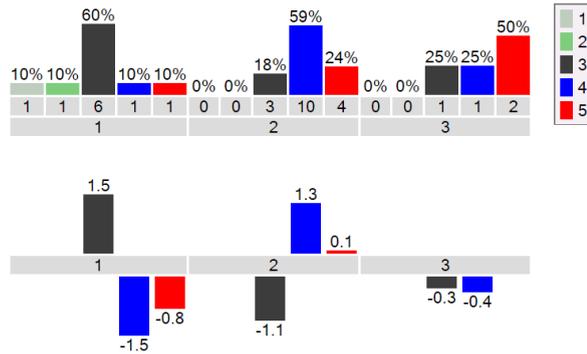
Tabella a doppia entrata:
V3 x V20

V20->V3	1	2	3	4	5	Marginale di riga
1	1 0.3 -	1 0.3 -	6 3.2 1.5	1 3.9 -1.5	1 2.3 -0.8	10
2	0 0.5 -	0 0.5 -	3 5.5 -1.1	10 6.6 1.3	4 3.8 0.1	17
3	0 0.1 -	0 0.1 -	1 1.3 -0.3	1 1.5 -0.4	2 0.9 -	4
Marginale di colonna	1	1	10	12	7	31

Il valore di X quadro non è significativo dato che vi sono frequenze attese minori di 1. Fare riferimento ai residui standardizzati.

Nelle celle della tabella sono indicati:

- la frequenza osservata O
- la frequenza attesa A
- il residuo standardizzato di cella, ossia lo scarto tra frequenza osservata e attesa rapportato alla radice quadrata della frequenza attesa $(O-A)/\sqrt{A}$: se superiore a +1,96 vi è attrazione significativa tra le due modalità delle variabili (a livello di fiducia 0,05), se inferiore a -1,96 vi è repulsione significativa tra le modalità delle due variabili



5. V13-V18: Hai mai ricevuto giudizi /commenti sui social riferiti al tuo corpo? - Hai mai seguito una dieta?

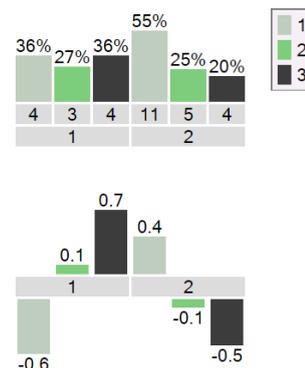
Tabella a doppia entrata:
V13 x V18

V18->V13	1	2	3	Marginale di riga
1	4 5.3 -0.6	3 2.8 0.1	4 2.8 0.7	11
2	11 9.7 0.4	5 5.2 -0.1	4 5.2 -0.5	20
Marginale di colonna	15	8	8	31

X quadro = 1.26. Significatività = 0.533
V di Cramer = 0.2

Nelle celle della tabella sono indicati:

- la frequenza osservata O
- la frequenza attesa A
- il residuo standardizzato di cella, ossia lo scarto tra frequenza osservata e attesa rapportato alla radice quadrata della frequenza attesa $(O-A)/\sqrt{A}$: se superiore a +1,96 vi è attrazione significativa tra le due modalità delle variabili (a livello di fiducia 0,05), se inferiore a -1,96 vi è repulsione significativa tra le modalità delle due variabili



6. V17-V16: HAi mai pensato di doverti adeguare agli standard di bellezza presenti sui social? - Hai mai utilizzato app per modificare il tuo aspetto?

Tabella a doppia entrata:
V17 x V16

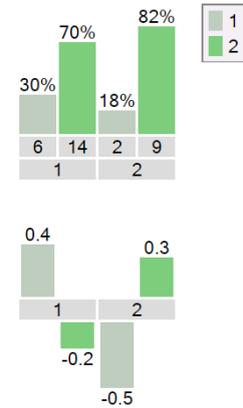
V16-> V17	1	2	Marginale di riga
1	6 5.2 0.4	14 14.8 -0.2	20
2	2 2.8 -0.5	9 8.2 0.3	11
Marginale di colonna	8	23	31

X quadro = 0.52. Significatività = 0.472
V di Cramer = 0.13

Probabilità esatta (dal test di Fisher) = 0.27

Nelle celle della tabella sono indicati:

- la frequenza osservata O
- la frequenza attesa A
- il residuo standardizzato di cella, ossia lo scarto tra frequenza osservata e attesa rapportato alla radice quadrata della frequenza attesa $(O-A)/\sqrt{A}$: se superiore a +1,96 vi è attrazione significativa tra le due modalità delle variabili (a livello di fiducia 0,05), se inferiore a -1,96 vi è repulsione significativa tra le modalità delle due variabili



7. V3- V16: Quanto tempo passi al giorno sui social? - Hai mai usato app per modificare il tuo aspetto?

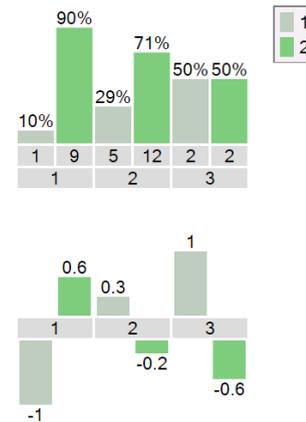
Tabella a doppia entrata:
V3 x V16

V16-> V3	1	2	Marginale di riga
1	1 2,6 -1	9 7,4 0,6	10
2	5 4,4 0,3	12 12,6 -0,2	17
3	2 1 1	2 3 -0,6	4
Marginale di colonna	8	23	31

X quadro = 2.64. Significatività = 0.267
V di Cramer = 0.29

Nelle celle della tabella sono indicati:

- la frequenza osservata O
- la frequenza attesa A
- il residuo standardizzato di cella, ossia lo scarto tra frequenza osservata e attesa rapportato alla radice quadrata della frequenza attesa $(O-A)/\sqrt{A}$: se superiore a +1,96 vi è attrazione significativa tra le due modalità delle variabili (a livello di fiducia 0,05), se inferiore a -1,96 vi è repulsione significativa tra le modalità delle due variabili



INTERPRETAZIONE DEI DATI

In seguito all'elaborazione dei dati ottenuti dall'analisi monovariata abbiamo ricavato la seguente interpretazione:

- Risulta che vi è una maggioranza di ragazze di sesso femminile (83,9%) rispetto al sesso maschile (16,1%).
- Possiamo affermare che si ha il 74,2% tra i 21 e i 25 e il 25,8% tra i 18 e 20 anni.
- è stato rilevato che il 54,8% dei soggetti passa 3-4 ore al giorno sui social, il 32,3% 1-2 ore e solo il 12,9% più di 5 ore al giorno
- Per quanto riguarda il social più usato: il 48,4 % dichiara di utilizzare maggiormente Instagram, il 38,7% tik tok, il 9,7% YouTube e non c'è stato nessun riscontro per l'utilizzo di Spotify.
- A parità di risposte (58,1%) gli argomenti cibo e meme sono i più guardati dai giovani, a seguire con una percentuale del 45,2% ci sono le notizie e contenuti sulla moda/make up. Con il 41,9% invece c'è l'argomento "viaggi", con il 32,3% gli animali, con il 29% la palestra, con il 16,1% i libri, con il 6,5% i videogiochi e con il 3,2% moto/macchine.
- 6 la "realtà" mostrata sui social ha un'influenza di 2 su 5 per la maggior parte dei soggetti (45,2%). Il 32,3% ha invece valutato questo aspetto con voto di 3 su 5. Il 9% l'ha valutato con un 4 su 5. Il 12,9% con un 4 su 5. Infine la minoranza del 6,5% esprime una votazione di 1 su 5.
- Con una possibilità di risposta da 0 (per niente) a 5 (moltissimo), il 58,1% pensa che ciò che viene mostrato sui social sia reale con una valutazione di 2 su 5. Il 25,8% di 1 su 5. Il 12,9% sostiene che nulla di quello che viene mostrato sui social sia reale. Infine il 3,2% pensa, invece, che molto di ciò che viene mostrato sia reale.
- Solo il 22,6% è totalmente reale sui social, a seguire troviamo il 32,3% che si mostra molto reale. Il 22,6% 3 su 5. Il 12,9% 2 su 5. Il 6,5% 1 su 5. Infine il 3,2% non è per niente reale sui social.

- Nessuno si sente totalmente a suo agio con il proprio corpo. Un 25,8% dichiara però di sentirsi molto a suo agio (con una valutazione su scala di 4 su 5). La seconda e la terza risposta di valutazione sono a pari merito con una percentuale emersa del 22,6%. Il 16,1% dichiara una risposta di 1 su 5. Infine il 12,9% non è per niente a suo agio con il proprio corpo.
- Per il 71% dei soggetti ciò dipende dall'umore, invece per il 45,2% delle persone prese in esame la sensazione di comfort con il proprio corpo dipende dal giudizio altrui, per il 41,9% da ciò che vede sui social, invece per il 38,7% dei soggetti ciò dipende da ciò che mangia durante la giornata, per il 25,8% la percezione del proprio corpo dipende da quanto si allena e solo per il 12,9% dei soggetti dal meteo e dalla propria famiglia.
- Nessuno dei soggetti non paragona mai il proprio corpo con quelli mostrati sui social, solo il 9,7% raramente svolge questo tipo di confronto. Il 22,6% spesso paragona il proprio fisico con quelli visti sui social, invece il 16,1% svolge questa pratica sempre e ben il 51,6% del campione preso in analisi a volte attua questi sistemi di comparazione.
- Con una possibilità di risposta da 0 (mai) a 5 (sempre), al 38,7% a volte è capitato di avere paura di mostrarsi sui social, al 29% capita spesso. Al 22,6% dei soggetti affermano che quasi mai hanno paura di mostrarsi sui social, invece il 6,5% dei soggetti afferma che ha sempre paura. Infine solo il 3,2% non ha mai avuto paura di mostrarsi sui social.
- Il 64,5% del campione di analisi non ha mai ricevuto commenti/giudizi sui social riferiti al proprio corpo, mentre il 35,5% li ha ricevuti.
- Con una possibilità di risposta da 0 (per niente) a 5 (moltissimo), il 48,4% afferma che i commenti/giudizi ricevuti sui social riferiti al proprio corpo non li abbiano influenzati in alcun modo dichiarando una risposta di 0 su 5. Il 12,9% di 1 su 5 e anche il 2 di 5. Il 16,1% dei soggetti afferma che questi giudizi/commenti hanno avuto molta influenza. Infine solo il 3,2% ha affermato che i commenti/giudizi ricevuti li hanno influenzati moltissimo.
- Alla domanda relativa al come qd giudizi/commenti ricevuti li avessero influenzati, il 22,5% ha dichiarato che l'hanno influenzata negativamente (abbassato l'autostima), per il 16,1% invece li hanno alzato l'autostima e per il 61,3% i commenti ricevuti non hanno avuto nessuna influenza.
- Il 74,2% dei soggetti non ha mai utilizzato app per modificare il proprio aspetto, invece il 25,8% delle persone ha fatto ricorso a questo tipo di applicazioni.
- Il 64,5% ha pensato di doversi adeguare agli standard di bellezza presenti sui social. Il restante 35,5% non l'ha mai pensato.
- La maggioranza rappresentata dal 48,4% ha seguito una dieta. Emerge una parità di risposta (25,8%) tra chi non ha mai seguito una dieta e chi non ci ha pensato.
- La maggioranza rappresentata dal 44,4% è stata seguita da uno specialista e ha seguito una dieta trovata su internet. Il 33,3% è stato seguito da uno specialista. Il restante 22,2% ha trovato la dieta su internet.
- Con una possibilità di risposta da 0 (per niente) a 5 (moltissimo), la maggioranza (38,7%) ritiene che l'aumento dei casi di DCA sia collegato all'uso dei social di 4 su 5. Il 22,6% ritiene che l'aumento dei casi di DCA sia collegato moltissimo (5 su 5) all'uso dei social. Il 32,3% con un 3 su 5. Il 3,2% con un 2 su 5. Il 3,2% con un 1 su 5. Nessuno è convinto che l'aumento dei casi di DCA non sia per niente collegato all'uso dei social.

- È emersa una parità di risposta (48,8%) tra chi ha pensato di soffrire/sofferto di DCA e chi non l'ha pensato. Il restante 3,2% ha avuto una diagnosi.
- La maggioranza rappresentata dal 67,7% ha avuto una persona vicino che ha sofferto di DCA. Il 29% non ne è a conoscenza. Il restante 2,3% non ha avuto una persona vicino che ha sofferto di DCA.
- A nessuno piace totalmente quello che vede guardandosi allo specchio. Un 25,8% però dichiara che gli piace molto quello che vede (con una valutazione di scala 4 su 5). La seconda e la terza risposta di valutazione sono a pari merito con una percentuale emersa del 29%. Il 6,5% dichiara una risposta di 1 su 5. Al 9,7% non piace per niente quello che vede quando si guarda allo specchio.

In seguito all'analisi bivariata i dati di maggiore rilevanza sono:

- l'81% dei soggetti che a volte fanno paragoni con il proprio fisico e quelli mostrati sui social non hanno mai usato app per modificare il loro aspetto (V11-V16).
- Il 67% dei soggetti che spesso fa paragoni con il proprio fisico e quelli mostrati sui social ritiene che a volte l'aumento di casi di DCA sia collegato all'uso dei social (V11-V20).
- Al 50% dei soggetti che passa più di 5 ore al giorno sui social a volte gli piace quello che vede allo specchio (V3-V23).
- Il 60% dei soggetti che passa 1-2 ore al giorno sui social ritiene che a volte l'aumento di casi di DCA sia collegato all'uso dei social (V3-V20).
- Il 55% dei soggetti che non ha mai ricevuto commenti/giudizi sui social riferiti al proprio corpo ha seguito una dieta (V13-V18).
- L'82% dei soggetti che non ha mai pensato di doversi adeguare agli standard di bellezza presenti sui social non ha mai utilizzato app per modificare il proprio aspetto (V17-V16).
- Il 90% dei soggetti che passa 1-2 ore al giorno sui social non ha mai utilizzato app per modificare il proprio aspetto (V3-V16).

CONTROLLO DELLE IPOTESI

Analizzando i dati emersi possiamo affermare che non c'è una relazione significativa tra l'uso dei social e l'auto percezione del nostro corpo. Per cui la ricerca da noi condotta ha portato ad una confutazione dell'ipotesi iniziale.

AUTORIFLESSIONE

Da questo lavoro abbiamo appreso come condurre una ricerca in ambito educativo, e imparato a raccogliere, analizzare e interpretare i dati, cercando di superare le difficoltà riscontrate durante lo svolgimento delle attività proposte. Inoltre questa ricerca ci ha permesso di consolidare e mettere in pratica gli aspetti teorici di pedagogia sperimentale.

È stato interessante verificare i dati del questionario e confrontarli con le nostre aspettative iniziali, dovute anche alle ricerche e agli articoli da cui siamo partite per la costruzione del quadro teorico.

Nello svolgimento di questa ricerca abbiamo riscontrato diverse difficoltà relative all'ideazione del questionario e l'utilizzo di Jsstat per l'analisi dei dati.

Tuttavia, riteniamo sia stato un lavoro molto utile per apprendere la difficoltà di condurre una ricerca e ricavarne dei risultati che non sempre confermano le ipotesi di partenza, come nel nostro caso. Il lavoro di gruppo non è mai semplice ma è utile per comprendere il punto di vista altrui e poter collaborare per il raggiungimento di un fine comune.

SUDDIVISIONE DEL LAVORO

- Da introduzione a variabili di sfondo => Ilaria Casetta
- Da popolazione di riferimento a analisi dei dati => Federica Baldassari
- Da analisi monovariata a autoriflessione => Arianna Donato