Università degli studi di Torino
Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione
corso di laurea in Scienze dell'Educazione

CORSO DI PEDAGOGIA SPERIMENTALE
docente: Professore Roberto Trinchero

Ricerca empirica in educazione:

"Vi è relazione tra l'uso dei social network e i disturbi del comportamento alimentare in età adolescenziale?"

A CURA DI:
Cerruti Ilaria (mat. 961271)
Favre Giorgia (mat. 961850)
Migliavacca Federica (mat. 933424)

A.A 2021/2022

SOMMARIO:

PUNTO 1: Problema conoscitivo di partenza, tema e obiettivo di ricerca

PUNTO 2: quadro teorico

PUNTO 3: strategia di ricerca

PUNTO 4: ipotesi di lavoro

PUNTO 5: fattore indipendente e fattore dipendente

PUNTO 6: definizione operativa dei fattori

PUNTO 7: popolazione di riferimento, numerosità del campione e tipologia di campionamento

PUNTO 8: tecniche e strumenti di rilevazione dei dati

PUNTO 9: Definizione del piano di raccolta dati

PUNTO 10: analisi dei dati

PUNTO 11: auto riflessione sull'esperienza compiuta

PUNTO 1: Problema conoscitivo di partenza, tema e obiettivo di ricerca

La nostra idea di partenza è stata quella di individuare la presenza di correlazione tra l'uso dei sociale network e i disturbi del comportamento alimentare in età adolescenziale.

Il motivo per cui abbiamo deciso di intraprendere questa ricerca è quello di verificare se i disturbi del comportamento alimentare in età adolescenziale siano influenzati dall'uso dei social network. Abbiamo condotto una ricerca di tipo standard, il cui problema conoscitivo è "vi è relazione tra l'uso dei social network e i disturbi del comportamento alimentare in età adolescenziale?".

L'obiettivo di ricerca che ci siamo poste è quello di stabilire se vi è relazione tra l'uso dei social network e i disturbi del comportamento alimentare in età adolescenziale.

Il tema di ricerca sono i social network e i disturbi del comportamento alimentare in età adolescenziale

PUNTO 2: Quadro teorico

Con il termine DCA indichiamo i Disturbi del Comportamento Alimentare che riguardano alterazioni delle abitudini alimentari e la forte preoccupazione per il peso corporeo, in particolare per l'aumento della massa grassa. Essi insorgono prevalentemente durante l'adolescenza e colpiscono soprattutto le femmine di età compresa tra i 18 e i 20 anni.

Le persone affette da DCA sono spinte da un cattivo rapporto con il proprio corpo che nella maggior parte dei casi, come hanno evidenziato alcuni studi, vedono di dimensioni più grandi rispetto alla realtà e rispetto alla percezione di chi guarda dall'esterno.

I comportamenti tipici di una persona che soffre di un Disturbo del Comportamento Alimentare sono: digiuno, restrizione dell'alimentazione, crisi bulimiche, vomito autoindotto, assunzione impropria di lassativi e/o diuretici al fine di contrastare l'aumento ponderale, intensa attività fisica finalizzata alla perdita di peso.

I principali Disturbi del Comportamento Alimentare sono:

- l' Anoressia Nervosa
- la Bulimia Nervosa
- il Disturbo da Alimentazione Incontrollata

L'anoressia nervosa (AN) è un disturbo mentale grave. Le persone che si trovano in questa condizione cercano di mantenere il proprio peso corporeo il più basso possibile attraverso

una forte restrizione dietetica, inducendosi il vomito e praticando un'intensa attività fisica. Il disturbo spesso si manifesta come un'intensa preoccupazione nei confronti del proprio peso e delle forme fisiche, che origina dalla paura di essere grassi o dal desiderio di essere magri. Molte persone con AN hanno un'immagine distorta di sé stesse e si vedono grasse, quando invece non lo sono affatto.

La *bulimia nervosa* è caratterizzata dal controllo ossessivo del peso e dell'alternanza tra diminuzione della quantità di cibo introdotta e abbuffate incontrollate, detto *binge eating*. Successivamente, per liberarsi dalla consistente quantità di cibo ingerita, si procurano il vomito e/o prendono lassativi mettendo in pratica i cosiddetti *comportamenti di eliminazione*.

Il *disturbo da alimentazione incontrollata* è caratterizzato dalla presenza di crisi bulimiche senza il ricorso a comportamenti di compenso e/o di eliminazione per il controllo del peso.

Una caratteristica quasi sempre presente in chi soffre di un disturbo alimentare è l'alterazione della propria immagine corporea che può giungere a configurarsi in un vero e proprio disturbo. La percezione che la persona ha del proprio aspetto, ovvero il modo in cui nella sua mente si è formata l'idea del suo corpo e delle sue forme, sembra influenzare la sua vita più della propria immagine reale.

L'avvento dei social media ha fatto sì che ognuno potesse mostrare il proprio profilo come una vetrina da esibire, in cui tutto è costruito sulla modernità delle immagini e sulla ricerca della perfezione socialmente accettata. Tutto ciò ha generato una smodata attenzione a ciò che viene pubblicato influenzando ciò che ognuno sceglie di far vedere al mondo esterno. È chiaro, dunque, che in soggetti già inclini all'insoddisfazione corporea, il non raggiungimento dei canoni esibiti dalla maggioranza ha provocato un ulteriore abbassamento dell'autostima, sentimenti di sconforto, di disagio.

I social più utilizzati sono Facebook, Instagram, Twitter su cui le persone, e in particolar modo gli adolescenti, passano in media 2 ore e 30 minuti al giorno. Secondo il modello socioculturale di Stice, i media, i coetanei e la famiglia sono i veicoli importanti attraverso i quali i messaggi sul peso e sull'aspetto fisico vengono trasmessi ai membri della società. In altre parole, si può affermare che i genitori, i pari, e i mass media trasmettono ideali di bellezza agli individui, che interiorizzano tali ideali e, quando la loro apparenza non corrisponde a tali stereotipi, si sentono poco soddisfatti del loro aspetto esteriore e

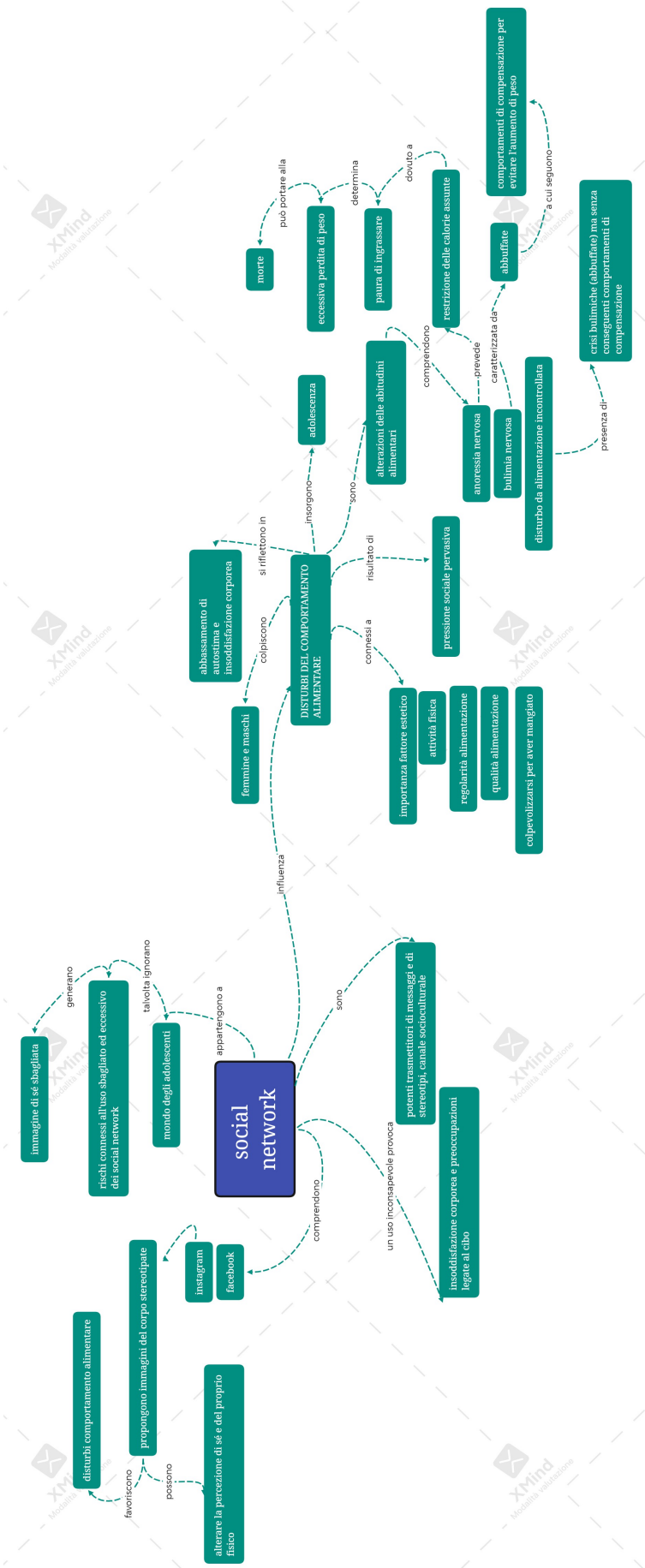
sperimentano insoddisfazione corporea. Secondo il modello, infatti, i disturbi dell'alimentazione sono il risultato di una pressione sociale pervasiva che spinge all'essere magri e a perdere peso, per le donne, e ad essere muscolosi e mesomorfi per gli uomini.

Dati sperimentali esistenti sostengono l'esistenza di una relazione tra uso di social network, insoddisfazione corporea e preoccupazioni relative al cibo. I social network costituiscono un ulteriore canale socioculturale che influenza l'immagine corporea degli adolescenti; infatti maggiore è il suo utilizzo, maggiore risulta l' insoddisfazione corporea tra gli adolescenti, sia nei maschi che nelle femmine. Inoltre anche la ricezione di commenti negativi in risposta ad aggiornamenti di status è stata associata con livelli più elevati di preoccupazioni riguardanti il peso, la forma e l'alimentazione.

Sitografia:

- https://www.istitutopsicoterapie.com/il-ruolo-della-societa-e-deisocial-media-nei-disturbi-dellalimentazione
- https://www.stateofmind.it/2017/01/insoddisfazione-corporea-socialnetwork
- Cosa sono i Disturbi Alimentari | Società Italiana di Pscipatologia dell'alimentazione (psicopatologiaalimentazione.it)
- Bulimia nervosa: che cos'è e come si cura - ISSalute
- Anoressia nervosa (AN): cause, disturbi e cura - ISSalute

Mappa concettuale



PUNTO 3: strategia di ricerca

L'obiettivo primario della strategia di ricerca è la produzione di risultati validi, attendibili e pertinenti in risposta al problema conoscitivo. La strategia da noi scelta è quella basata sulla matrice dei dati, ovvero la ricerca standard, in modo tale da avvalerci di procedure formalizzate e metodi quantitativi che generano dati ad alta strutturazione mediante l'utilizzo di un questionario cartaceo a risposte chiuse. La matrice dati è una tabella rettangolare 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). La matrice dei dati è stata caricata sul calcolatore mediante il foglio elettronico Microsoft Excel.

PUNTO 4: ipotesi di lavoro

Partendo dal quadro teorico sopra presentato, abbiamo definito la nostra ipotesi di ricerca, ossia "è presente una relazione tra l'uso dei social network e i disturbi del comportamento alimentare in età adolescenziale". Trattandosi di una ricerca standard, le verifiche per confermare o meno l'ipotesi vengono fatte utilizzando una strategia che consiste nel rilevare le co-occorrenze degli stati assunti dai due fattori. L'ottica in cui si inserisce questo lavoro è quella del realismo critico.

PUNTO 5: fattore indipendente e fattore dipendente

Intendiamo qua specificare quali sono i fattori coinvolti nella nostra ipotesi di ricerca:

- *fattore indipendente:* uso dei social network
- *fattore dipendente:* disturbi del comportamento alimentare in età adolescenziale

PUNTO 6: definizione operativa dei fattori

In una ricerca di tipo standard, come quella che conduciamo noi, la definizione operativa risulta essere fondamentale per la rilevazione empirica dei fattori coinvolti nell'ipotesi di lavoro (nel nostro caso: esiste una relazione tra l'uso dei social network e i disturbi del comportamento alimentare in età adolescenziale). I fattori, sia quello indipendente (uso dei social network), che quello dipendente (disturbi del comportamento alimentare) vengono trasformati in elementi osservabili, detti indicatori. È importante ricordare che tra fattori ed indicatori deve essere presente una relazione semantica.

La prima cosa da fare è andare ad individuare gli indicatori relativi a ciascun fattore,

successivamente abbiamo creato le domande per il questionario corrispondenti a ciascun indicatore, collegando ad esse anche delle possibili risposte.

Fattori	*Indicatori*	*Item di rilevazione*	*Variabili*
Uso dei social network	IFI1: tempo dedicato ai social netwrok	D1: quanto tempo dedichi quotidianamente ai social network?	*Variabili domanda 1* • meno di 1 ora • tra 1 e 2 ore • più di 2 ore
	IFI2: consapevolezza dei rischi connessi ad un uso eccessivo dei social network	D2: sei consapevole dei rischi connessi ad un uso eccessivo dei social network?	*variabili domanda 2* • si • no • in parte
	IFI3: importanza attribuita ai social network	D3: per te quanto sono importanti i social?	*variabili domanda 3* • scala da 1 (per niente) a 5 (molto importanti)
	IFI4: motivo per cui viene utilizzato il social network	D4: per quale motivo utilizzi i social netwrok?	*variabili domanda 4* • lavoro • studio • svago
	IFI5: influenza che i	D5: ti fai influenzare	*variabili domanda 5*

	social hanno sulla persona	dagli stereotipi presenti sui social network?	• si • no • dipende dall'argomento
Disturbi del comportamento alimentare in età adolescenziale	IFD1: regolarità dell'alimentazione	D1: quanti pasti fai al giorno?	*Variabili domanda 1* • 2 • 3 • 5
	IFD2: qualità dell'alimentazione	D2: segui un'alimentazione precisa o una dieta? Se sì, quale?	*variabili domanda 2* • si • no • dipende dal periodo *variabili domanda 2a* • vegana o vegetariana • dieta data da un nutrizionista • altro
	IFD3: praticare attività fisica	D3: durante la settimana pratichi attività fisica? Se sì, quante volte?	*variabili domanda 3* • si • no *variabili domanda 3a* • 1-2 • 3 • più di 3
	IFD4: importanza attribuita al fattore	D4: quanta importanza attribuisci al fattore	*variabili domanda 4* • per niente

	estetico	estetico?	• poco • tanto
	IFD5: sentirsi in colpa dopo aver mangiato	D5: ti senti mai in colpa dopo aver mangiato?	*variabili domanda 5* • si • no • qualche volta

Variabili di sfondo:

Le variabili di sfondo sono:

- età
- genere

PUNTO 7: popolazione di riferimento, numerosità del campione e tipologia di campionamento

Siccome il nostro obiettivo di ricerca è quello di verificare se è presente una relazione tra uso dei social network e i DCA in età adolescenziale,abbiamo deciso di prendere come punto di riferimento 34 tra ragazze e ragazzi, con un campione che comprende adolescenti di età compresa tra 14 e 21 anni. Abbiamo adottato un campionamento non probabilistico di tipo accidentale, in quanto i ragazzi che abbiamo scelto come nostro campione erano i più facili da reperire ed inserire nel campione.

PUNTO 8: tecniche e strumenti di rilevazione dei dati

All'interno della ricerca standard, quando si parla di tecniche ci si riferisce all'insieme delle procedure utilizzate per raggiungere gli obbiettivi prestabiliti, mentre quando si parla di strumenti ci si riferisce a tutti gli oggetti fisici e/o virtuali che vengono utilizzati all'interno di una determinata tecnica.

Per la nostra ricerca abbiamo deciso di rilevare i dati utilizzando un test ad alta strutturazione, più precisamente abbiamo creato un questionario auto compilato a risposte 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 andati a rilevare dati personali, comportamenti, scelte e atteggiamenti. Tale questionario lo abbiamo creato mediante la6 piattaforma google moduli.

Prima della somministrazione vera e propria ai soggetti del campione è stato effettuato un pre – test che consiste nella distribuzione del questionario ad un numero ristretto di persone, che rispettino comunque gli standard fissati dal campione (adolescenti di età compresa tra 14 e 21 anni). In questo modo grazie ai feedback ricevuti è stato possibile modificare il questionario migliorandolo e correggendo eventuali errori.

PUNTO 9: Definizione del piano di raccolta dati

Piano di rilevazione:

- contesto in cui vengono rilevati i dati: questionario collegato ad un sito web
- soggetti coinvolti: conoscenti ed amici di età compresa tra 14 e 21 anni
- tecniche e strumenti utilizzati: questionario anonimo, auto compilato, a risposte chiuse ed online
- come e quando vengono somministrati: creazione questionario generato da google moduli e successivamente inviato il link per chat o social ai soggetti selezionati per il nostro campione

Dai dati ad alta strutturazione possiamo ottenere:

- Variabili categoriali non ordinate che esprimono categorie senza un ordine intrinseco e si esprimono tramite una scala nominale.
- Variabili categoriali ordinate che esprimono categorie dotate di un ordine intrinseco e si esprimono tramite una scala ordinale.
- Variabili quasi cardinali che esprimono una quantificazione soggettiva e si esprimono tramite una scala cardinale
- Variabili cardinali che esprimono una quantificazione oggettiva e si esprimono tramite una scala cardinale

QUESTIONARIO

Il nostro questionario è composto da una presentazione, seguito poi dalle domande inerenti alle variabili di sfondo e ai fattori indipendente e dipendente.

USO DEI SOCIAL NETWORK E DISTURBI DEL COMPORTAMENTO ALIMENTARE

Siamo tre studentesse iscritte alla facoltà di Scienze dell'educazione dell'Università di Torino e stiamo svolgendo una ricerca empirica per indagare se esiste una relazione tra l'uso dei social network e i disturbi del comportamento alimentare in età adolescenziale. Tutti i dati che verranno rilevati rimarranno anonimi e verranno utilizzati esclusivamente ai fini accademici. Vi ringraziamo in anticipo per l'attenzione e la partecipazione.

Domande	**Risposte**
Genere	• maschio • femmina • altro
età	• 14-16 anni • 17-19 anni • 20-21 anni
Quanto tempo dedichi quotidianamente ai social network?	• meno di un ora • tra 1 e 2 ore • più di 2 ore
Quanto sono importanti per te i social network?	• 1: per niente • 2 • 3 • 4 • 5: molto importanti
Sei consapevole dei rischi connessi ad un uso eccessivo dei social network?	• si • no • in parte
Per quale motivo utilizzi i social network?	• lavoro • studio • svago
Ti fai influenzare dagli stereotipi presenti sui social network?	• si • no

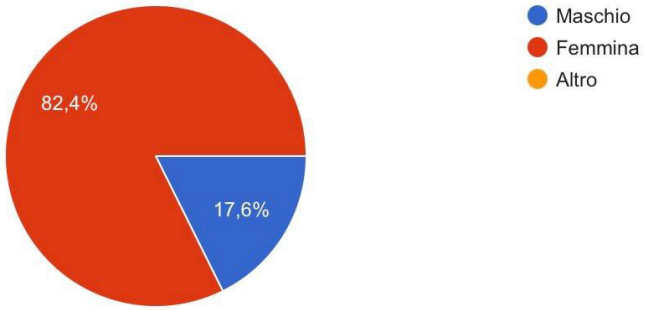
	• dipende dall'argomento
Se sì, quanto ti fai influenzare?	• poco • abbastanza • molto
Se sì, da che cosa ti fai influenzare maggiormente?	• cibo e aspetto fisico • shopping e oggettistica • viaggi e tempo libero
Riesci a controllare il tempo che dedichi ai social network?	• per nulla • abbastanza • del tutto
Preferisci passare il tuo tempo online o uscire con i tuoi amici?	• preferisco stare online • preferisco uscire con gli amici • dipende dalle giornate
Quanti pasti fai al giorno?	• 2 • 3 • 5
Segui un'alimentazione precisa/dieta in particolare?	• si • no • dipende
Se sì, quale?	• vegana o vegetariana • dieta data da un nutrizionista (ipocalorica o ipercalorica) • altro
Durante la settimana pratichi attività fisica?	• si • no
Se sì, quante volte?	• 1-2 volte a settimana • 3 volte a settimana • più di 3 volte a settimana
Quanta importanza attribuisci al fattore estetico?	• per niente • poco • tanto
Ti senti mai in colpa dopo aver mangiato?	• si • no • dipende
Tendo a paragonarmi agli altri?	• si • no • qualche volta
Tendo a cambiare per piacere agli altri?	• si

	• no • qualche volta
Hai mai sofferto di disturbi del comportamenti alimentare?	• si • no

I risultati del nostro questionario sono:

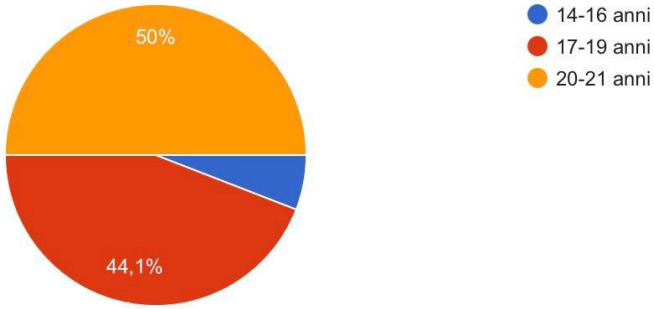
1) Genere:

34 risposte



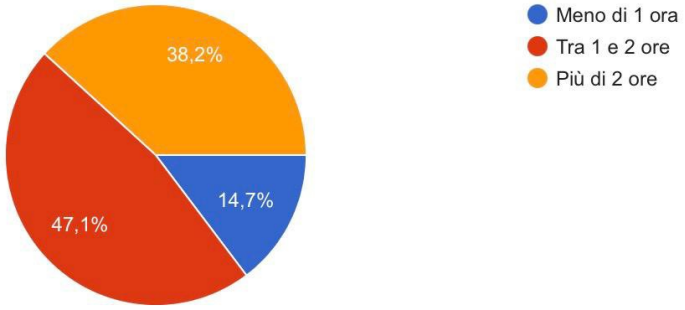
2) Età:

34 risposte



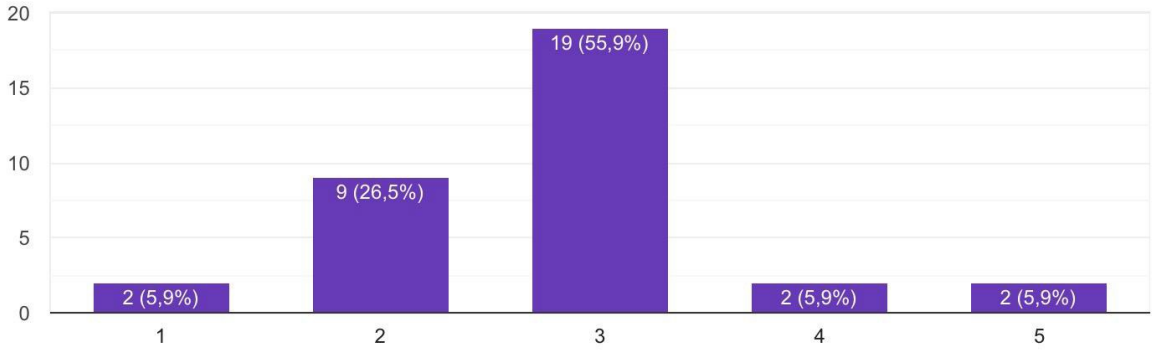
3) Quanto tempo dedichi quotidianamente ai social network?

34 risposte



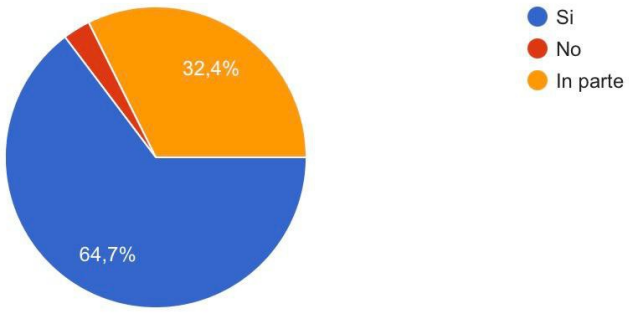
4) Quanto sono importanti per te i social network?

34 risposte



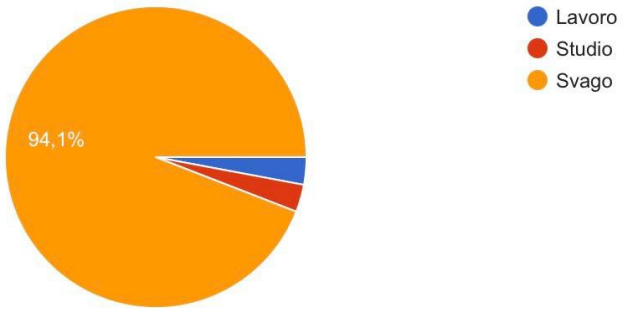
5) Sei consapevole dei rischi connessi ad un uso eccessivo dei social network?

34 risposte



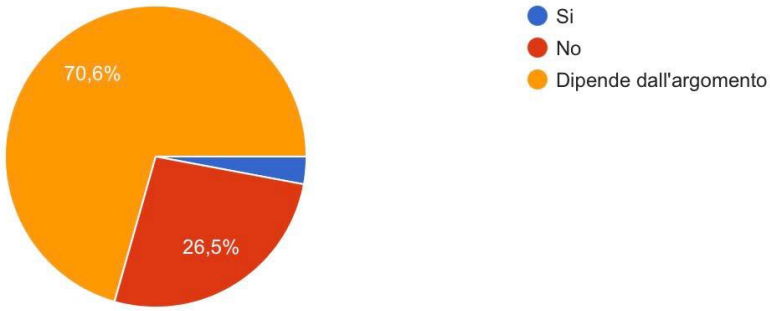
6) Per quale motivo utilizzi i social network?

34 risposte



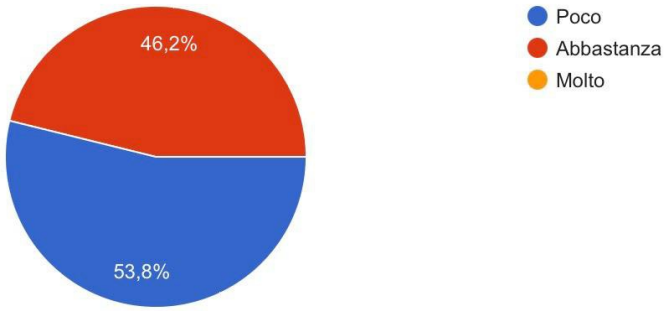
7) Ti fai influenzare dagli stereotipi presenti sui social network?

34 risposte



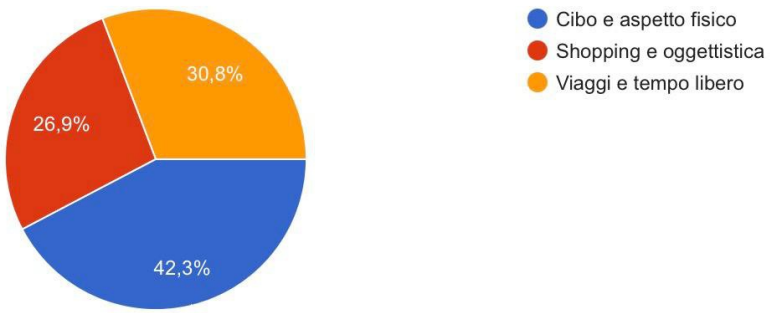
7a) Se si, quanto ti fai influenzare?

26 risposte



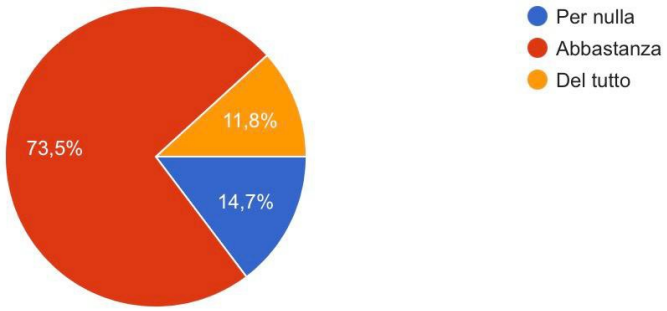
7b) Se si, da che cosa ti fai influenzare maggiormente?

26 risposte



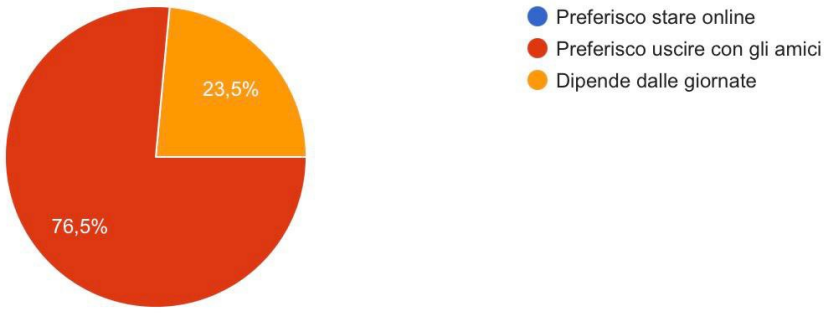
8) Riesci a controllare il tempo che dedichi ai social network?

34 risposte



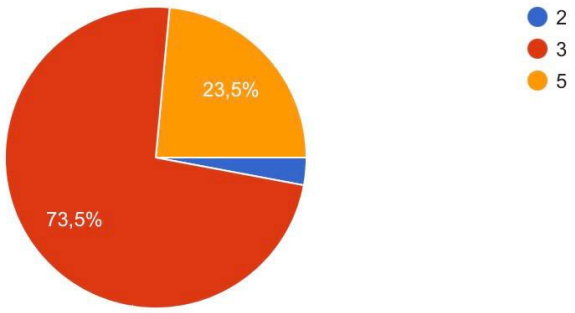
9) Preferisci passare il tuo tempo online o uscire con gli amici?

34 risposte



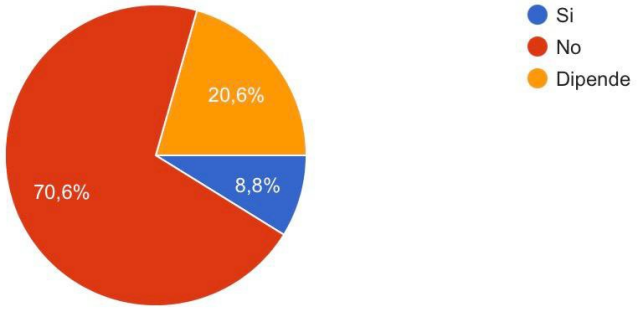
10) Quanti pasti fai al giorno?

34 risposte



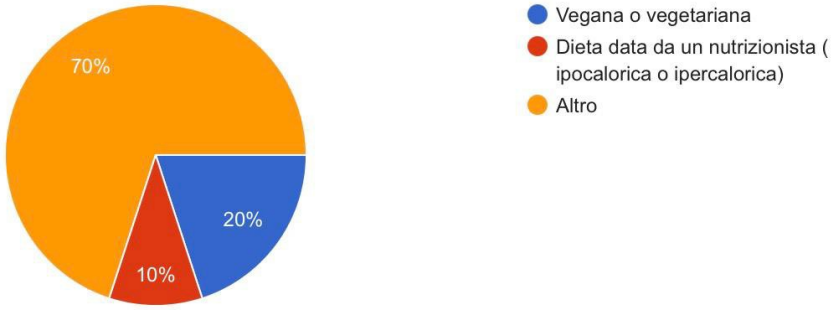
11) Segui un'alimentazione precisa o una dieta?

34 risposte



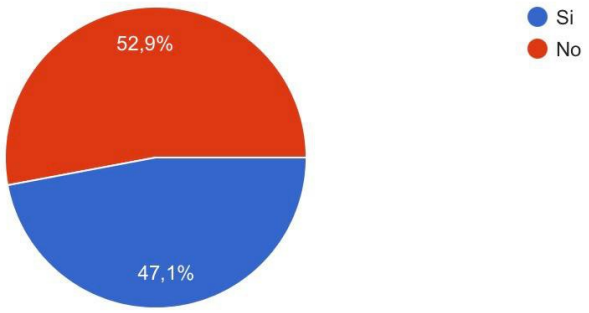
11a) Se si, quale?

10 risposte



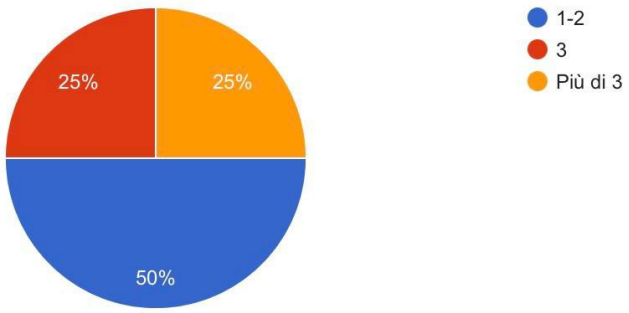
12) Durante la settimana pratichi attività fisica?

34 risposte



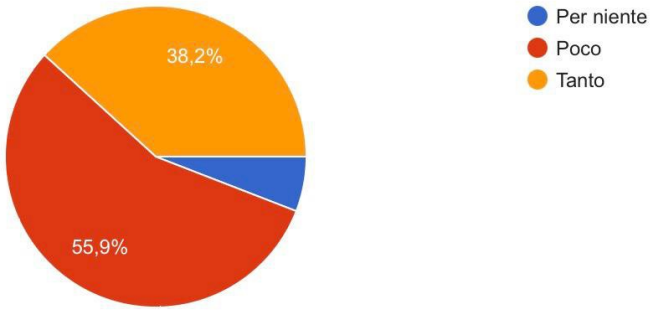
12a) Se si, quante volte?

16 risposte



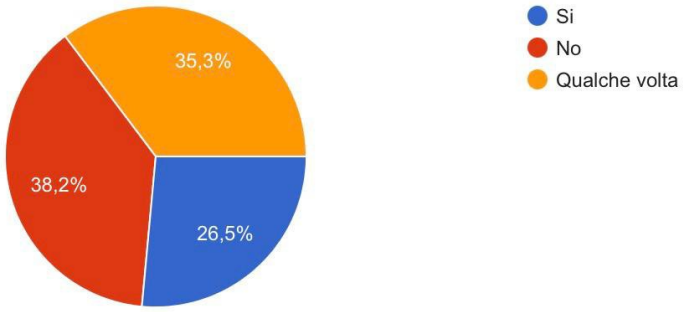
13) Quanta importanza attribuisci al fattore estetico?

34 risposte



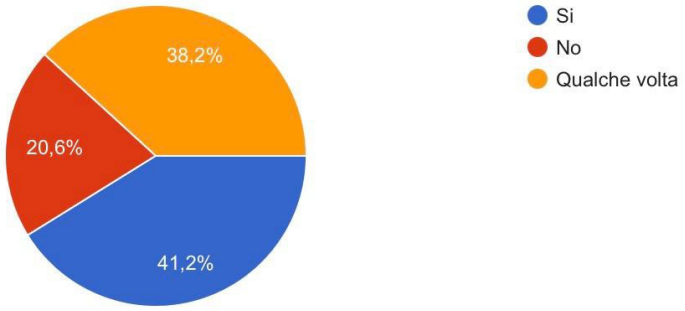
14) Ti senti mai in colpa dopo aver mangiato?

34 risposte



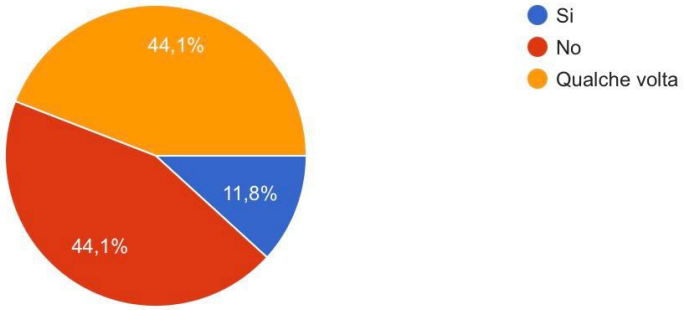
15) Tendo a paragonarmi agli altri?

34 risposte



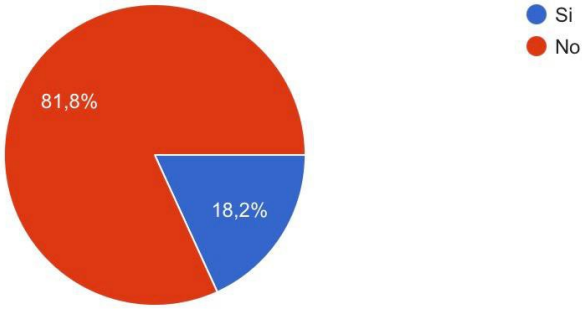
16) Tendo a cambiare per piacere agli altri?

34 risposte



17) Hai mai sofferto di disturbi del comportamento alimentare?

33 risposte



Dalla nostra ricerca abbiamo ottenuto le seguenti variabili, derivanti dai dati ad alta strutturazione:

ITEM (DOMANDA DEL QUESTIONARIO)	TIPOLOGIA DI VARIABILE
genere	Cardinale binaria
età	Cardinali
quanto tempo dedichi quotidianamente ai social network?	Categoriali ordinate
quanto sono importanti per te i social?	Quasi cardinale
sei consapevole dei rischi connessi ad un uso eccessivo dei social?	Categoriali non ordinata
per quale motivo utilizzi i social?	Categoriale non ordinata
ti fai influenzare dagli stereotipi presenti sui social?	Categoriale non ordinata
se sì, quanto ti fai influenzare?	Categoriale ordinata
se sì, da cosa ti fai influenzare maggiormente?	Categoriale non ordinata
riesci a controllare il tempo che dedichi ai social network?	Categoriali non ordinata
preferisci passare il tuo tempo online o uscire con gli amici?	Categoriali non ordinata
quanti pasti fai al giorno?	Cardinale
segui un'alimentazione precisa o una dieta?	Categoriale non ordinata
se sì, quale?	Categoriale non ordinata
durante la settimana pratichi attività fisica?	Categoriale non ordinata
se sì, quante volte?	Categoriale ordinata CARDINALE
quanta importanza attribuisci al fattore estetico?	Categoriale ordinata
ti senti in colpa dopo aver mangiato?	Categoriale non ordinata
tendo a paragonarmi agli altri?	Categoriale non ordinata
tendo a cambiare per piacere agli altri?	Categoriale non ordinata
hai mai sofferto di disturbi del comportamento alimentare?	Categoriale non ordinata

PUNTO 10: analisi dei dati

Procedendo con la ricerca abbiamo poi inserito la matrice dati nel programma JsStat per effettuare l'analisi dei dati monovariata, un'analisi statistica che prende in considerazione una variabile per volta con lo scopo di analizzare come sono posizionati i soggetti del campione in ciascuna variabile, ed ottenere così gli indici di tendenza centrale, gli indici di dispersione e la distribuzione di frequenza.

- *Indici di tendenza centrale:* la moda (la categoria con la frequenza più alta) la media aritmetica (somma dei valori assunta da ogni caso diviso il numero dei casi) e la mediana punto della distribuzione ordinata dei casi che lascia alla sua destra e alla sua sinistra lo stesso numero di casi)
- *Gli indici di dispersione*: misura quanto i valori presenti nella distribuzione distano da un valore centrale scelto come riferimento. Questi indici si differenziano in base alle variabili e sono: lo scarto semplice (somma delle differenze di ciascun punto della distribuzione della media) la differenza interquartilica (distanza tra il valore posizionato sul 75% e il 25%) il campo di variazione (dato dalla differenza tra il valore massimo di una distribuzione ed il valore minimo) la devianza (domma delle differenze di ciascun punto della distribuzione della media elevata al quadrato) varianza (devianza diviso il numero dei casi) e lo scarto tipo (radice quadrata della devianza)
- *Distribuzione di frequenza*: indica come si distribuisce il campione nella variabile.

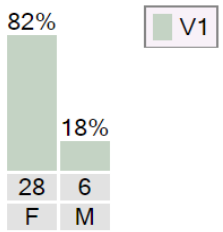
ANALISI MONOVARIATA

distribuzione di frequenza, indici di tendenza centrale e indici di dispersione.

distribuzione di frequenza

Genere (V1)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
F	28	82%	28	82%	70%:95%
M	6	18%	34	100%	5%:30%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = F
Mediana = F
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.71

distribuzione di frequenza:

età (V2)

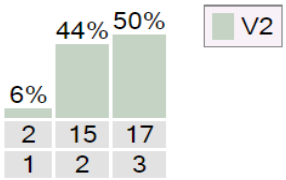
Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 3
Mediana = tra 2 e 3
Media = 2.44
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.45
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 1
Scarto tipo = 0.6
Indici di forma:
Asimmetria = -0.58
Curtosi = -0.59

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.24 a 2.64
Scarto tipo	da 0.49 a 0.79

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.304

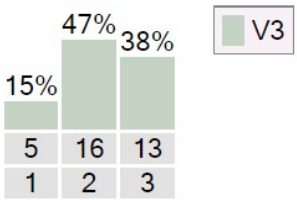
Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	2	6%	2	6%	0%:14%
2	15	44%	17	50%	27%:61%
3	17	50%	34	100%	33%:67%



distribuzione di frequenza:

quanto tempo dedichi quotidianamente ai social network? (V3)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	5	15%	5	15%	3%:27%
2	16	47%	21	62%	30%:64%
3	13	38%	34	100%	22%:55%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 2
Mediana = 2
Media = 2.24
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.39
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 1
Scarto tipo = 0.69
Indici di forma:
Asimmetria = -0.34
Curtosi = -0.89

Popolazione:

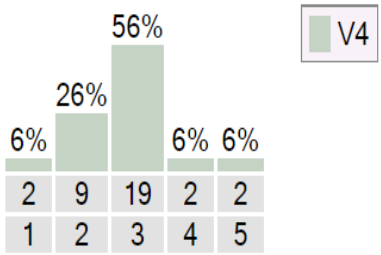
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2 a 2.47
Scarto tipo	da 0.56 a 0.91

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.409

distribuzione di frequenza:

Quanto sono importanti per te i social network? (V4)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	2	6%	2	6%	0%:14%
2	9	26%	11	32%	12%:41%
3	19	56%	30	88%	39%:73%
4	2	6%	32	94%	0%:14%
5	2	6%	34	100%	0%:14%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 3
Mediana = 3
Media = 2.79
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.39
Campo di variazione = 4
Differenza interquartilica = 1
Scarto tipo = 0.87
Indici di forma:
Asimmetria = 0.41
Curtosi = 0.95

Popolazione:

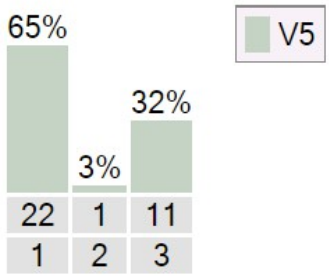
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.5 a 3.09
Scarto tipo	da 0.7 a 1.14

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.327

distribuzione di frequenza:

Sei consapevole dei rischi connessi ad un uso eccessivo dei social network? (V5)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	22	65%	22	65%	49%:81%
2	1	3%	23	68%	0%:12%
3	11	32%	34	100%	17%:48%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 1
Mediana = 1
Media = 1.68
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.52
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 2
Scarto tipo = 0.93
Indici di forma:
Asimmetria = 0.68
Curtosi = -1.49

Popolazione:

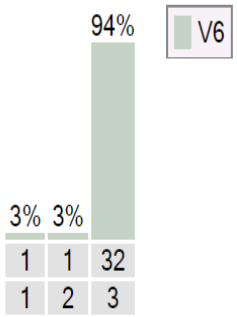
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.36 a 1.99
Scarto tipo	da 0.75 a 1.22

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.055

distribuzione di frequenza:

Per quale motivo utilizzi i social network? (V6)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	1	3%	1	3%	0%:12%
2	1	3%	2	6%	0%:12%
3	32	94%	34	100%	86%:100%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 3
Mediana = 3
Media = 2.91
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.89
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 0
Scarto tipo = 0.37
Indici di forma:
Asimmetria = -4.37
Curtosi = 18.31

Popolazione:

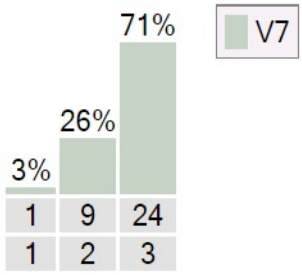
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.79 a 3.04
Scarto tipo	da 0.3 a 0.49

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

distribuzione di frequenza:

Ti fai influenzare dagli stereotipi presenti sui social network? (V7)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	1	3%	1	3%	0%:12%
2	9	26%	10	29%	12%:41%
3	24	71%	34	100%	55%:86%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 3
Mediana = 3
Media = 2.68
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.57
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 1
Scarto tipo = 0.53
Indici di forma:
Asimmetria = -1.34
Curtosi = 0.83

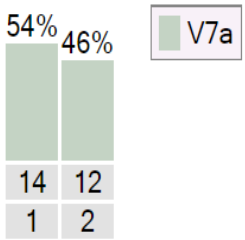
Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.5 a 2.85
Scarto tipo	da 0.43 a 0.69

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.004

se si,quanto ti fai influenzare? (V7a)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	14	54%	14	54%	35%:73%
2	12	46%	26	100%	27%:65%



Campione:
Numero di casi= 26
Indici di tendenza centrale:
Moda = 1
Mediana = 1
Media = 1.46
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.5
Campo di variazione = 1
Differenza interquartilica = 1
Scarto tipo = 0.5
Indici di forma:
Asimmetria = 0.15
Curtosi = -1.98

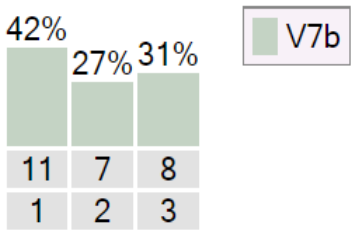
Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.26 a 1.66
Scarto tipo	da 0.39 a 0.69

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.115

Se si, da che cosa ti fai influenzare maggiormente? (V7b)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	11	42%	11	42%	23%:62%
2	7	27%	18	69%	8%:46%
3	8	31%	26	100%	12%:50%



Campione:
Numero di casi= 26
Indici di tendenza centrale:
Moda = 1
Mediana = 2
Media = 1.88
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.35
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 2
Scarto tipo = 0.85
Indici di forma:
Asimmetria = 0.22
Curtosi = -1.57

Popolazione:

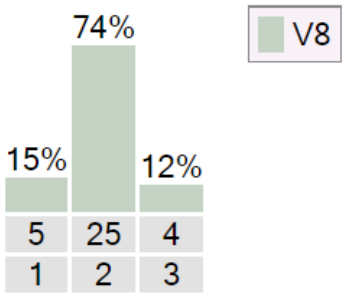
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.54 a 2.23
Scarto tipo	da 0.66 a 1.17

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.236

distribuzione di frequenza:

Riesci a controllare il tempo che dedichi ai social network? (V8)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	5	15%	5	15%	3%:27%
2	25	74%	30	88%	59%:88%
3	4	12%	34	100%	1%:23%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 2
Mediana = 2
Media = 1.97
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.58
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 0
Scarto tipo = 0.51
Indici di forma:
Asimmetria = -0.05
Curtosi = 0.77

Popolazione:

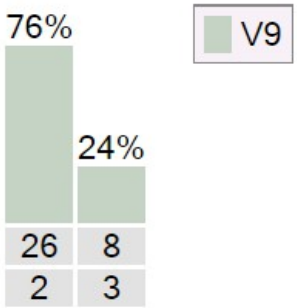
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.8 a 2.14
Scarto tipo	da 0.41 a 0.68

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.651

distribuzione di frequenza

preferisci passare il tuo tempo online o uscire con gli amici? (V9)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
2	26	76%	26	76%	62%:91%
3	8	24%	34	100%	9%:38%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 2
Mediana = 2
Media = 2.24
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.64
Campo di variazione = 1
Differenza interquartilica = 0
Scarto tipo = 0.42
Indici di forma:
Asimmetria = 1.25
Curtosi = -0.44

Popolazione:

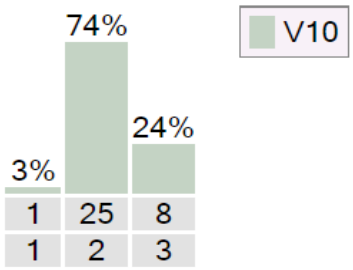
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.09 a 2.38
Scarto tipo	da 0.34 a 0.56

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.011

distribuzione di frequenza:

Quanti pasti fai al giorno? (V10)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	1	3%	1	3%	0%:12%
2	25	74%	26	76%	59%:88%
3	8	24%	34	100%	9%:38%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 2
Mediana = 2
Media = 2.21
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.6
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 0
Scarto tipo = 0.47
Indici di forma:
Asimmetria = 0.57
Curtosi = 0.18

Popolazione:

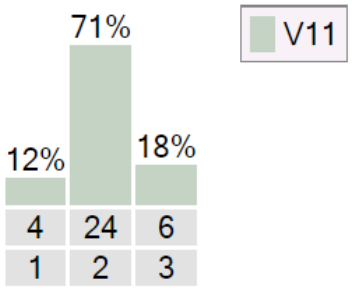
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.05 a 2.36
Scarto tipo	da 0.38 a 0.62

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.388

Distribuzione di frequenza:

Segui un'alimentazione precisa o una dieta? (V11)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	4	12%	4	12%	1%:23%
2	24	71%	28	82%	55%:86%
3	6	18%	34	100%	5%:30%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 2
Mediana = 2
Media = 2.06
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.54
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 0
Scarto tipo = 0.54
Indici di forma:
Asimmetria = 0.05
Curtosi = 0.39

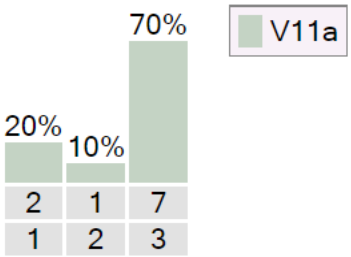
Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.88 a 2.24
Scarto tipo	da 0.43 a 0.71

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.893

Se si, quale? (V11a)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	2	20%	2	20%	0%:60%
2	1	10%	3	30%	0%:40%
3	7	70%	10	100%	30%:100%



Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	4	12%	4	12%	1%:23%
2	24	71%	28	82%	55%:86%
3	6	18%	34	100%	5%:30%

Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 2
Mediana = 2
Media = 2.06
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.54
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 0
Scarto tipo = 0.54
Indici di forma:
Asimmetria = 0.05
Curtosi = 0.39

Popolazione:

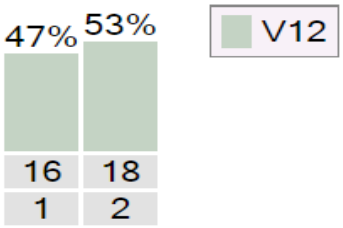
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.88 a 2.24
Scarto tipo	da 0.43 a 0.71

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.893

distribuzione di frequenza:

Durante la settimana pratichi attività fisica? (V12)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	16	47%	16	47%	30%:64%
2	18	53%	34	100%	36%:70%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 2
Mediana = 2
Media = 1.53
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.5
Campo di variazione = 1
Differenza interquartilica = 1
Scarto tipo = 0.5
Indici di forma:
Asimmetria = -0.12
Curtosi = -1.99

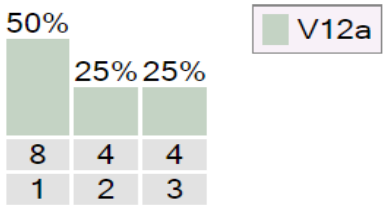
Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.36 a 1.7
Scarto tipo	da 0.4 a 0.66

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.059

Se si, quante volte? (V12a)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	8	50%	8	50%	19%:81%
2	4	25%	12	75%	0%:50%
3	4	25%	16	100%	0%:50%



Campione:
Numero di casi= 16
Indici di tendenza centrale:
Moda = 1
Mediana = tra 1 e 2
Media = 1.75
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.38
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 2
Scarto tipo = 0.83
Indici di forma:
Asimmetria = 0.49
Curtosi = -1.37

Popolazione:

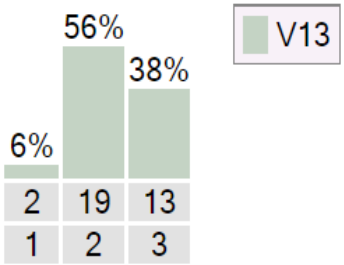
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.31 a 2.19
Scarto tipo	da 0.61 a 1.28

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.386

distribuzione di frequenza:

Quanta importanza attribuisci al fattore estetico? (V13)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	2	6%	2	6%	0%:14%
2	19	56%	21	62%	39%:73%
3	13	38%	34	100%	22%:55%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 2
Mediana = 2
Media = 2.32
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.46
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 1
Scarto tipo = 0.58
Indici di forma:
Asimmetria = -0.19
Curtosi = -0.64

Popolazione:

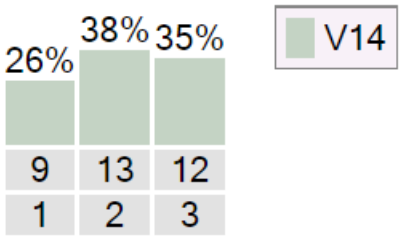
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.13 a 2.52
Scarto tipo	da 0.47 a 0.76

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.673

distribuzione di frequenza:

Ti senti mai in colpa dopo aver mangiato? (V14)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	9	26%	9	26%	12%:41%
2	13	38%	22	65%	22%:55%
3	12	35%	34	100%	19%:51%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 2
Mediana = 2
Media = 2.09
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.34
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 2
Scarto tipo = 0.78
Indici di forma:
Asimmetria = -0.16
Curtosi = -1.35

Popolazione:

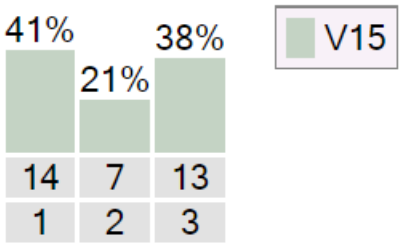
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.83 a 2.35
Scarto tipo	da 0.63 a 1.03

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.259

Distribuzione di frequenza:

Tendo a paragonarmi agli altri? (V15)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	14	41%	14	41%	25%:58%
2	7	21%	21	62%	7%:34%
3	13	38%	34	100%	22%:55%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 1
Mediana = 2
Media = 1.97
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.36
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 2
Scarto tipo = 0.89
Indici di forma:
Asimmetria = 0.06
Curtosi = -1.74

Popolazione:

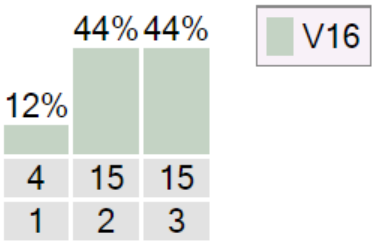
Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.67 a 2.27
Scarto tipo	da 0.72 a 1.17

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.117

distribuzione di frequenza:

Tendo a cambiare per piacer agli altri? (V16)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	4	12%	4	12%	1%:23%
2	15	44%	19	56%	27%:61%
3	15	44%	34	100%	27%:61%



Campione:
Numero di casi= 34
Indici di tendenza centrale:
Moda = 2; 3
Mediana = 2
Media = 2.32
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.4
Campo di variazione = 2
Differenza interquartilica = 1
Scarto tipo = 0.67
Indici di forma:
Asimmetria = -0.49
Curtosi = -0.78

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 2.1 a 2.55
Scarto tipo	da 0.54 a 0.89

Probabilità di normalità della distribuzione (test di Jarque-Bera): 0.326

distribuzione di frequenza:

Hai mai sofferto di disturbi del comportamento alimentare? (V17)

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
1	6	18%	6	18%	5%:31%
2	27	82%	33	100%	69%:95%

Campione:
Numero di casi= 33
Indici di tendenza centrale:
Moda = 2
Mediana = 2
Media = 1.82
Indici di dispersione:
Squilibrio = 0.7
Campo di variazione = 1
Differenza interquartilica = 0
Scarto tipo = 0.39
Indici di forma:
Asimmetria = -1.65
Curtosi = 0.72

Popolazione:

Parametro	Int. Fid. 95%
Media	da 1.69 a 1.95
Scarto tipo	da 0.31 a 0.51

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

ANALISI BIVARIATA

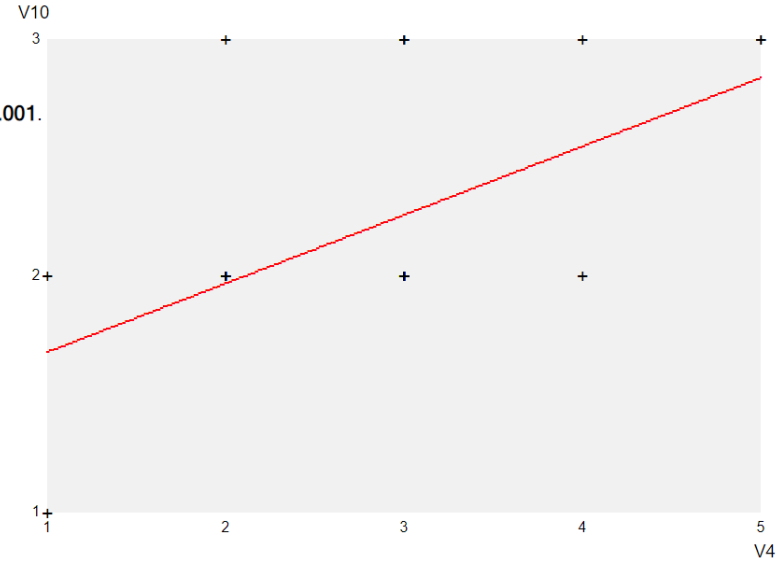
Dopo aver concluso l'analisi monovariata si procede con il controllo delle ipotesi di ricerca che avviene tramite l'analisi bivariata, la quale serve per spiegare gli stati assunti da un dato fattore sulla base di quelli assunti da un altro fattore e avviene mediante il controllo della presenza di relazioni significative tra due variabili. Se la significatività è inferiore a 0,05 si opta per la presenza di una relazione significativa.

Correlazione:
V4 x V10

Casi=34. Correlazione (r) = 0.54. Significatività = **0.001**.

La retta di regressione è Y = 1.4 + 0.29 X

La bontà di adattamento è r^2 = 0.29



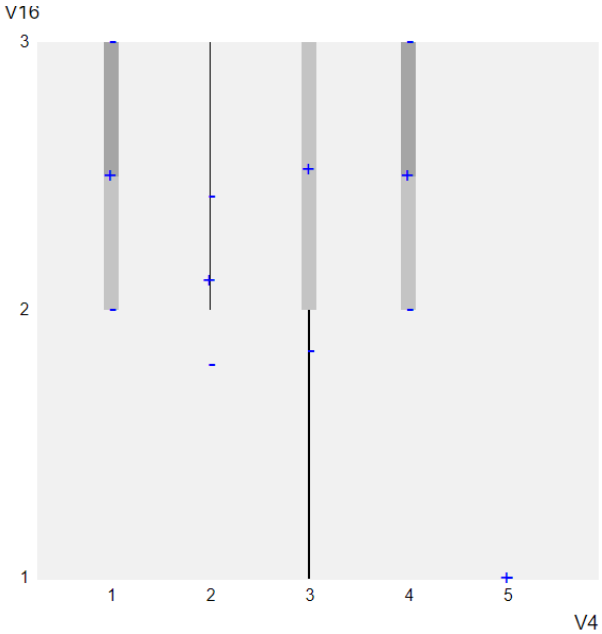
In questo caso, siccome siamo andate ad incrociare una variabile quasi cardinale (V4) con una variabile cardinale (V10), abbiamo utilizzato per verificare la presenza di relazione tra le variabili una correlazione

Analisi della varianza:
V4 x V16

Categoria	Numero di casi	Media	Devianza	Scarto tipo
1	2	2.5	0.5	0.5
2	9	2.11	0.89	0.31
3	19	2.53	8.74	0.68
4	2	2.5	0.5	0.5
5	2	1	0	0
Intero campione	34	2.32	15.44	0.67

Eta quadro = 0.31. Significatività = **0.024**.

Effect size (popolazione):
d di Cohen = NaN.
Correlazione punto-biseriale (rYI) = NaN.



in questo caso invece abbiamo verificato la presenza di relazione mediante l'analisi della

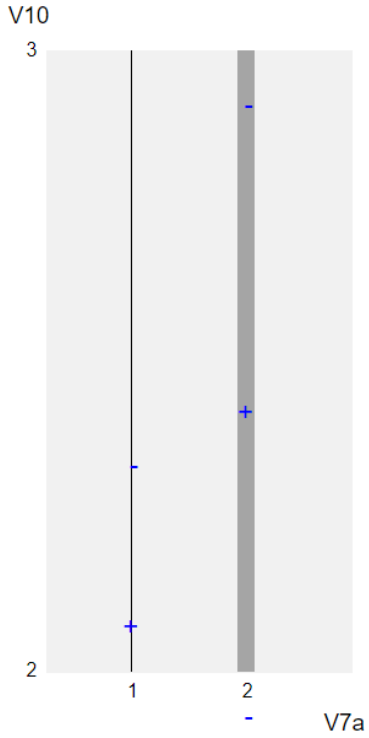
varianza, in quanto le variabili prese in esame erano una quasi cardinale con una variabile categoriale non ordinata; in tal caso però abbiamo una relazione debole poiché l'età quadro è vicino allo 0

Analisi della varianza:
V7a x V10

Categoria	Numero di casi	Media	Devianza	Scarto tipo
1	14	2.07	0.93	0.26
2	12	2.42	2.92	0.49
Intero campione	26	2.23	4.62	0.42

Eta quadro = 0.17. Significatività = **0.038**.

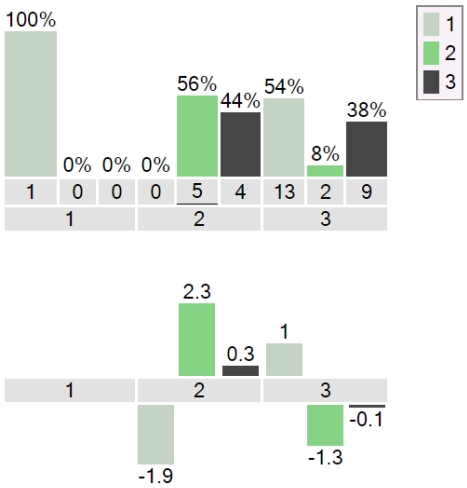
Effect size (popolazione):
d di Cohen = -0.84.
Correlazione punto-biseriale (rYI) = -0.39.



siamo andate ad utilizzare l'analisi della varianza in questo caso dato che le variabili prese in esame sono una categoriale ordinata e una quasi cardinale; anche in questo caso la relazione è debole, avendo un valore di x quadro molto vicino allo 0

Tabella a doppia entrata:
V7 x V15

V15-> V7	**1**	**2**	**3**	Marginale di riga
1	1 *0.4* -	0 *0.2* -	0 *0.4* -	1
2	0 *3.7* -1.9	5 *1.9* **2.3**	4 *3.4* 0.3	9
3	13 *9.9* 1	2 *4.9* -1.3	9 *9.2* -0.1	24
Marginale di colonna	14	7	13	34



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)/radq(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

in questo caso abbiamo valutato la relazione tra le variabili tramite la tabella a doppia entrata in quanto le variabili prese in esame sono entrambe categoriali non ordinate. In questo specifico caso abbiamo un valore di x quadro non significativo, per cui abbiamo fatto riferimento ai residui standardizzati di celle, i quali, essendo 2.3 e dunque sono maggiori di 1.96, sono significativi

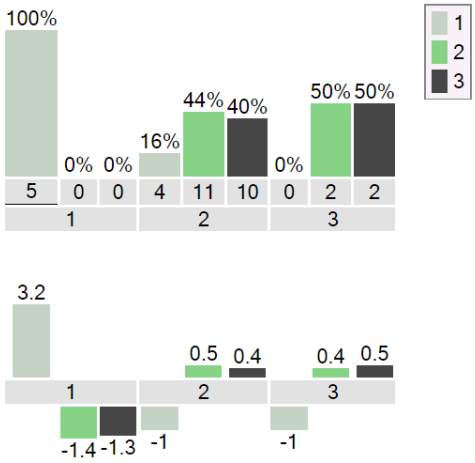
Tabella a doppia entrata:
V8 x V14

V14-> V8	1	2	3	Marginale di riga
1	5 *1.3* **3.2**	0 *1.9* -1.4	0 *1.8* -1.3	5
2	4 *6.6* -1	11 *9.6* 0.5	10 *8.8* 0.4	25
3	0 *1.1* -1	2 *1.5* 0.4	2 *1.4* 0.5	4
Marginale di colonna	9	13	12	34

X quadro = 16.75. Significatività = **0.002**
V di Cramer = 0.5

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)/radq(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



anche in questo caso abbiamo usato la tabella a doppia entrata in quanto le variabili sono categoriali non ordinate, e abbiamo riscontrato una significatività pari a 0.002

Interpretazione dei dati

Attraverso l'analisi monovariata dei dati ricavati dai questionari abbiamo ottenuto i seguenti risultati, sulla base di un campione di 34 soggetti:

- l'82% dei soggetti che ha risposto al nostro questionario è femmina, il 18% è maschio
- il 6% dei soggetti che costituiscono il nostro campione ha un'età compresa tra 14 e 16 anni, il 44% ha un'età compresa tra 17 e 19 anni, e il 50% tra 20 e 21 anni
- il 15% del nostro campione trascorre quotidianamente meno di 1 ora sui social, il 47% trascorre in media al giorno tra 1 e 2 ore sui social network e il 28% più di 2 ore
- il 6% del nostro campione ritiene per niente importanti i social, il 26% li ritiene poco importanti, il 56% abbastanza importanti, il 6% importanti e il restante 6% molto importanti
- alla domanda "sei consapevole dei rischi connessi ad un uso eccessivo dei social", il 65% dei soggetti è consapevole, il 3% no mentre il restante 32% ne è consapevole solo in parte
- il 3% del nostro campione usa i social per lavoro, un altro 3% del nostro campione li utilizza per studio, mentre il 94% li utilizza per svago
- il 3% dei soggetti che hanno risposto al nostro questionario afferma che si fa influenzare dai social network, il 26% non si fa influenzare dai social network, e il 71% afferma che si fa influenzare a seconda dell'argomento proposto. Di questo 71% i soggetti si fanno influenzare per il 54% poco, per il 46% abbastanza

- il 42% del nostro campione si fa influenzare maggiormente da cibo e aspetto fisico, il 27% da shopping e oggettistica e il 31% da viaggi e tempo libero
- il 15% del nostro campione non riesce per niente a controllare il tempo che dedica ai social, il 74% riesce a controllare abbastanza il tempo che spende sui social, e il 12% riesce a controllarsi del tutto
- il 76% del nostro campione preferisce uscire con gli amici piuttosto che stare online, mentre il 24% ritiene che dipende dalle giornate
- il 3% dei casi fa 2 pasti al giorno, il 74% ne fa 3, il 24% ne fa 5
- il 12% del nostro campione segue un'alimentazione precisa, il 71% non segue alcuna alimentazione precisa, il 18% dipende dal periodo
- dei soggetti che seguono un'alimentazione precisa il 20% segue una dieta vegana o vegetariana, il 10% segue una dieta data da un nutrizionista, il 70% segue un'altra tipologia di dieta/alimentazione
- il 47% dei soggetti che ha risposto al questionario pratica attività fisica, il 53% non pratica alcuno sport. Di questo 47% che pratica sport, il 50% lo pratica 1 o 2 volte a settimana, il 25% 3 volte e altrettanto 25% più di 3 volte
- il 6% del nostro campione non attribuisce importanza al fattore estetico, il 56% attribuisce poca importanza, il 38% da molta importanza al fattore estetico
- il 26% del campione si sente in colpa dopo aver mangiato, il 38% non si sente in colpa dopo aver mangiato e il 35% solo qualche volta
- il 41% del campione tende a paragonarsi agli altri, il 21% non si paragona agli altri e il 38% solo qualche volta
- il 12% del campione che abbiamo selezionato tende a cambiare per piacere agli altri, il 44% non cambia per piacere agli altri e altrettanto 44% cambia solo qualche volta per piacere agli altri
- infine il 18% del nostro campione ha sofferto di disturbi del comportamento alimentare, mentre l'82% non ne ha sofferto

Controllo delle ipotesi

conducendo l'analisi bivariata abbiamo notato che in alcuni casi il valore di X quadro, che si ottiene creando la tabella a doppia entrata, non è significativo in quanto le frequenze attese sono minore di 1.

La nostra ipotesi di partenza è confermata dalla significatività delle seguenti relazioni:

- tra la variabile 4 e 10: "quanto sono importanti per te i social network" e "quanti pasti fai al giorno", in quanto la significatività è pari a 0.001
- tra la variabile 4 e 16: "quanto sono importanti per te i social network" e tendo a cambiare per piacere agli altri", in quanto la significatività è pari a 0.024
- tra la variabile 7a e 10: "quanto ti fa influenzare dai social network" e "quanti pasti fai al giorno", in quanto la significatività è pari a 0.038

- tra la variabile 7 e 15: “ti fai influenzare dagli stereotipi presenti sui social network” e “tendi a paragonarti agli altri”, in quanto il residuo standardizzato di celle è pari a 2.3
- tra la variabile 8 e 14: “riesci a controllare il tempo che dedichi ai social network” e “ ti senti mai in colpa dopo aver mangiato”, in quanto la significatività è pari a 0.002

per le altre relazioni tra le variabili invece non è emersa una relazione significativa, per cui possiamo dire che in quei casi la nostra ipotesi iniziale di partenza non è stata né confermata né confutata dai dati.

PUNTO 11: auto riflessione sull'esperienza compiuta

Il lavoro di ricerca svolto ci ha permesso innanzitutto di mettere in pratica le conoscenze teoriche acquisite durante il corso, tra cui la capacità di formulare il problema di ricerca, il tema, l'obiettivo di ricerca, le ipotesi di partenza, individuare correttamente i fattori dipendenti e indipendenti, costruire un questionario coerente con la definizione operativa, utilizzare il programma JsStat per svolgere l’analisi dei dati monovariata e bivariata.

La parte su cui abbiamo riscontrato maggiore difficoltà è stata l'utilizzo del programma di statistica JsStat, usato da noi per la prima volta, e la creazione della mappa concettuale.

Durante lo svolgimento della ricerca abbiamo riscontrato diversi punti di forza, in particolare abbiamo trovato molto interessante trattare un tema attuale e diffuso che caratterizza i giovani soprattutto durante questi anni di pandemia, poiché la gente trascorreva gran parte del proprio tempo sui social. Inoltre questo lavoro ci ha permesso di confrontare i nostri punti di vista circa questo tema e di poterne discutere insieme.

I punti di debolezza secondo noi invece sono il fatto che le persone non parlano volentieri e liberamente di questo tema perché sono questioni personali e non sempre del tutto piacevoli. Nnoi ci siamo soffermati e abbiamo preso come campione 34 ragazzi e ragazze di età compresa tra i 14 e 21 anni, ma se tornassimo indietro amplieremmo il nostro campione anche a persone fino ai 25 anni perché è un tema che tocca anche le persone più grandi.