



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Scienze della Sanità Pubblica e Pediatriche

Corso di laurea in Educazione Professionale

Anno Accademico 2025/2026

RICERCA EMPIRICA IN EDUCAZIONE

Vi è relazione tra l'utilizzo dei social media e l'autostima degli adolescenti?

A CURA DI:

Nurchis Francesca - 1222903

Papasergi Giada - 1222596

Versino Adelaide - 1224912

Zanetta Maria - 1221635

INDICE

1. Problema conoscitivo, tema e obiettivo di ricerca	3
2. Quadro teorico	3
3. Strategia di ricerca	7
4. Ipotesi di lavoro	7
5. Fattore indipendente e fattore dipendente	7
6. Definizione operativa dei fattori	7
7. Popolazione di riferimento, numerosità del campione e tipologia di campionamento	9
8. Tecniche e strumenti di rilevazione dei dati	9
9. Piano di raccolta dati	9
10. Analisi dei dati	18
11. Riflessione sull'esperienza svolta	30

1. PROBLEMA CONOSCITIVO, TEMA E OBIETTIVO DI RICERCA

La ricerca standard che abbiamo svolto riguarda l'ambito dell'impatto delle tecnologie digitali sulle dinamiche psicologiche dei più giovani, il tema di ricerca è quindi l'utilizzo dei social media e l'autostima degli adolescenti.

In un contesto sociale sempre più digitalizzato, dove le piattaforme online rappresentano il principale spazio di interazione per i giovani, abbiamo pensato che questo poteva essere molto interessante come tema per la nostra ricerca e così ci siamo poste questo problema di ricerca: *vi è relazione tra l'utilizzo dei social media e l'autostima degli adolescenti?* A partire da questo interrogativo, lo studio si pone l'obiettivo di verificare se vi è una relazione tra l'utilizzo dei social media e l'autostima degli adolescenti.

2. QUADRO TEORICO

L'evoluzione delle piattaforme digitali ha trasformato radicalmente le modalità di interazione sociale dei giovani, introducendo nuove condizioni psicologiche legate alla percezione di sé e all'autostima. Se da un lato i social network offrono uno spazio protetto per superare le barriere comunicative, dall'altro lato agiscono come un potente mezzo per i meccanismi di confronto sociale.

Viene introdotta nel testo una definizione teorica di autostima, intesa come l'unione di due variabili precise: il rispetto di sé (self-respect) e la fiducia in se stessi (self-confidence).

La tendenza intrinseca degli individui a valutare le proprie capacità e la propria vita specchiandosi negli altri si declina online principalmente attraverso il fenomeno del confronto verso l'alto (upward comparison), ovvero il continuo paragonarsi a modelli percepiti come superiori in termini di successo, bellezza o felicità. Il confronto può anche essere fatto verso il basso (downward comparison), cioè quando il soggetto si confronta con persone percepite inferiori a sé, meno fortunate o che si trovano in una posizione peggiore rispetto alla sua.

Il testo approfondisce gli stati d'animo generati dal confronto verso l'alto:

- *Invidia e giudizio*: gli utenti visitano i profili altrui per spiare le vite degli altri e giudicarli in base ai contenuti pubblicati sul profilo, finendo per provare invidia verso chi percepiscono come superiore o con una vita migliore della loro.
- *Sentimenti di privazione*: questo confronto fa sentire i giovani non solo inferiori, ma anche meno privilegiati e ingrati/poco riconoscenti per le cose positive presenti nella loro vita (*"ungrateful for their bounties"*).

Poiché gli utenti tendono a mostrare sui propri profili una versione fortemente idealizzata e filtrata della realtà, chi osserva finisce per vivere un senso di inferiorità e insoddisfazione. Per verificare l'impatto di questa dinamica, è stata condotta una ricerca empirica tramite questionari e interviste su un campione di 150 studenti dell'Istituto di Business Management (IoBM) di Karachi, in Pakistan, utilizzando Facebook come piattaforma rappresentativa. L'88% del campione dichiara di effettuare regolarmente confronti sociali sulla piattaforma e, all'interno di questa percentuale, ben il 98% compie confronti di tipo ascendente (verso

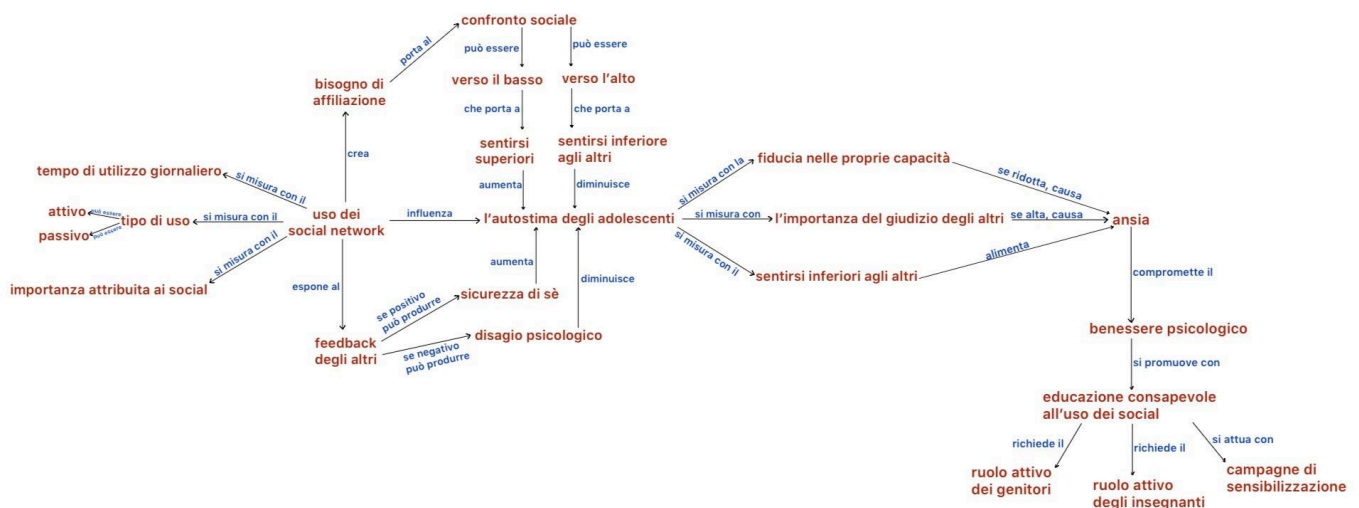
l'alto). Il modello statistico ha così dimostrato una forte relazione inversa tra il tempo speso online e il benessere psicologico, quantificando che ogni ora quotidiana trascorsa su Facebook determina una riduzione di 5,574 punti nel punteggio di autostima dell'individuo, confermando come l'eccessivo utilizzo dei social possa trasformarsi in una fonte di stress, ansia e depressione.

In conclusione l'articolo propone alcune modalità per affrontare il problema, dato che i social media crescono rapidamente ed è impossibile isolare gli adolescenti: è molto importante il ruolo di genitori e insegnanti che devono guidare i giovani in percorsi di riconoscimento di sé, autorealizzazione e fiducia in se stessi. Inoltre i genitori dovrebbero sia limitare il tempo di accesso dei figli a queste piattaforme, sia educarli e sensibilizzarli sulle ripercussioni negative di Facebook.

Sitografia:

https://www.researchgate.net/publication/319396436_Impact_of_Social_Media_on_Self-Esteem

MAPPA CONCETTUALE:



Sintesi delle informazioni inserite nella mappa:

L'USO DEI SOCIAL NETWORK E L'AUTOSTIMA DEGLI ADOLESCENTI

L'uso dei social network influenza l'autostima degli adolescenti e mette in relazione diversi fattori che possono aumentarla o diminuirla. In particolare, non conta solo il tempo di utilizzo giornaliero, ma anche il tipo di uso, cioè se è attivo o passivo, e l'importanza attribuita ai social da parte del singolo adolescente. Questi tre elementi costituiscono le variabili attraverso cui si misura e si comprende il rapporto tra l'uso dei social network e l'immagine di sé. Al centro della mappa c'è il legame tra social network e autostima degli adolescenti. Questo rapporto viene osservato attraverso tre elementi fondamentali: il tempo di utilizzo giornaliero, il tipo di uso e il valore che l'adolescente attribuisce ai social. L'uso attivo e quello passivo non producono gli stessi effetti: il primo favorisce più interazione, partecipazione e scambio, mentre il secondo, limitato alla semplice osservazione dei contenuti altrui, può esporre maggiormente al confronto e al giudizio degli altri. Scorrere in silenzio i profili altrui, senza interagire, aumenta il rischio di sviluppare aspettative irrealistiche su se stessi e sugli altri. Un altro tema importante della mappa è il confronto sociale, che rappresenta uno dei meccanismi più potenti attraverso cui i social influenzano l'autostima. Esso può avvenire in due direzioni opposte: verso l'alto o verso il basso. Se l'adolescente si confronta con chi percepisce come "migliore" di sé (più bello, più popolare, più capace) tende a sentirsi inferiore agli altri, con conseguente riduzione della propria autostima. Se invece il confronto avviene verso il basso, cioè con chi viene percepito come "peggiore", il risultato può essere un senso di superiorità. In entrambi i casi, il confronto sociale cambia la percezione di sé e influisce profondamente sul modo in cui ognuno valuta le proprie capacità. Il confronto sociale può quindi aumentare o diminuire la sicurezza di sé. Quando la sicurezza di sé cresce, si rafforzano anche la fiducia nelle proprie capacità e il benessere psicologico generale; quando invece diminuisce, possono emergere disagio psicologico, ansia e una maggiore dipendenza dal giudizio degli altri. In questo modo l'autostima degli adolescenti risulta fragile e facilmente influenzabile dal contesto digitale, perché è continuamente esposta a stimoli di confronto e valutazione esterna. La fiducia nelle proprie capacità, quando è alta, protegge dall'ansia; quando è bassa, diventa invece un fattore di rischio. Inoltre il feedback degli altri, inteso come l'insieme di reazioni, like, commenti e risposte che si ricevono sulle piattaforme social può avere un effetto positivo oppure negativo sull'autostima. Se il feedback è positivo, può produrre un aumento della sicurezza personale, rafforzando l'immagine di sé e la fiducia nelle proprie capacità. Se invece è negativo o assente, può produrre insicurezza, disagio psicologico e un senso di inadeguatezza. Quindi l'approvazione online diventa spesso un criterio principale per definire il proprio valore personale, creando dipendenza dal giudizio esterno. Parlando di social network si parla anche di bisogno di affiliazione, ovvero del desiderio naturale di ogni adolescente di sentirsi parte di un gruppo, accettato e riconosciuto dai pari. Questo bisogno, amplificato dai social, può spingere a cercare continuamente conferme esterne e ad attribuire un peso sempre maggiore ai giudizi altrui. Quando l'importanza del giudizio degli altri diventa eccessiva, possono aumentare l'ansia sociale e il senso di inferiorità. Al contrario, quando questa dipendenza si

riduce, il benessere psicologico risulta più stabile. Il bisogno di affiliazione è dunque un fattore che, se non gestito, può trasformare i social in una fonte di insicurezza. Per promuovere il benessere psicologico degli adolescenti è necessaria un'educazione consapevole all'uso dei social network. I genitori non devono solo imporre divieti ma sono chiamati a monitorare, dialogare e guidare i figli nell'uso delle piattaforme digitali. Gli insegnanti possono favorire una riflessione critica sui meccanismi dei social all'interno del contesto scolastico. A queste figure si aggiungono le campagne di sensibilizzazione, strumenti utili per diffondere una cultura digitale più consapevole tra i giovani. Infine possiamo dire che la mappa vuole comunicare che i social network non sono negativi in sé, ma diventano rischiosi quando alimentano confronto continuo, dipendenza dal giudizio altrui e insicurezza. Una presenza educativa attenta e strutturata può fare la differenza.

L'USO DEI SOCIAL NETWORK E L'AUTOSTIMA DEGLI ADOLESCENTI

L'uso dei social network influenza l'autostima degli adolescenti e mette in relazione diversi fattori che possono aumentarla o diminuirla. In particolare, non conta solo il tempo di utilizzo giornaliero, ma anche il tipo di uso, cioè se è attivo o passivo, e l'importanza attribuita ai social da parte del singolo adolescente. Questi tre elementi costituiscono le variabili attraverso cui si misura e si comprende il rapporto tra l'uso dei social network e l'immagine di sé. Al centro della mappa c'è il legame tra social network e autostima degli adolescenti. Questo rapporto viene osservato attraverso tre elementi fondamentali: il tempo di utilizzo giornaliero, il tipo di uso e il valore che l'adolescente attribuisce ai social. L'uso attivo e quello passivo non producono gli stessi effetti: il primo favorisce più interazione, partecipazione e scambio, mentre il secondo, limitato alla semplice osservazione dei contenuti altrui, può esporre maggiormente al confronto e al giudizio degli altri. Scorrere in silenzio i profili altrui, senza interagire, aumenta il rischio di sviluppare aspettative irrealistiche su se stessi e sugli altri. Un altro tema importante della mappa è il confronto sociale, che rappresenta uno dei meccanismi più potenti attraverso cui i social influenzano l'autostima. Esso può avvenire in due direzioni opposte: verso l'alto o verso il basso. Se l'adolescente si confronta con chi percepisce come "migliore" di sé (più bello, più popolare, più capace) tende a sentirsi inferiore agli altri, con conseguente riduzione della propria autostima. Se invece il confronto avviene verso il basso, cioè con chi viene percepito come "peggiore", il risultato può essere un senso di superiorità. In entrambi i casi, il confronto sociale cambia la percezione di sé e influisce profondamente sul modo in cui ognuno valuta le proprie capacità. Il confronto sociale può quindi aumentare o diminuire la sicurezza di sé. Quando la sicurezza di sé cresce, si rafforzano anche la fiducia nelle proprie capacità e il benessere psicologico generale; quando invece diminuisce, possono emergere disagio psicologico, ansia e una maggiore dipendenza dal giudizio degli altri. In questo modo l'autostima degli adolescenti risulta fragile e facilmente influenzabile dal contesto digitale, perché è continuamente esposta a stimoli di confronto e valutazione esterna. La fiducia nelle proprie capacità, quando è alta, protegge dall'ansia; quando è bassa, diventa invece un fattore di rischio. Inoltre il feedback degli altri, inteso come l'insieme di reazioni, like, commenti e risposte che si ricevono sulle piattaforme social può avere un effetto positivo oppure negativo sull'autostima. Se il feedback è positivo, può produrre un aumento della sicurezza personale, rafforzando l'immagine di sé e la fiducia nelle proprie capacità. Se invece è negativo o assente, può produrre insicurezza, disagio psicologico e un senso di inadeguatezza. Quindi l'approvazione online diventa spesso un criterio principale per definire

il proprio valore personale, creando dipendenza dal giudizio esterno. Parlando di social network si parla anche di bisogno di affiliazione, ovvero del desiderio naturale di ogni adolescente di sentirsi parte di un gruppo, accettato e riconosciuto dai pari. Questo bisogno, amplificato dai social, può spingere a cercare continuamente conferme esterne e ad attribuire un peso sempre maggiore ai giudizi altrui. Quando l'importanza del giudizio degli altri diventa eccessiva, possono aumentare l'ansia sociale e il senso di inferiorità. Al contrario, quando questa dipendenza si riduce, il benessere psicologico risulta più stabile. Il bisogno di affiliazione è dunque un fattore che, se non gestito, può trasformare i social in una fonte di insicurezza. Per promuovere il benessere psicologico degli adolescenti è necessaria un'educazione consapevole all'uso dei social network. I genitori non devono solo imporre divieti ma sono chiamati a monitorare, dialogare e guidare i figli nell'uso delle piattaforme digitali. Gli insegnanti possono favorire una riflessione critica sui meccanismi dei social all'interno del contesto scolastico. A queste figure si aggiungono le campagne di sensibilizzazione, strumenti utili per diffondere una cultura digitale più consapevole tra i giovani. Infine possiamo dire che la mappa vuole comunicare che i social network non sono negativi in sé, ma diventano rischiosi quando alimentano confronto continuo, dipendenza dal giudizio altrui e insicurezza. Una presenza educativa attenta e strutturata può fare la differenza.

3. STRATEGIA DI RICERCA

La strategia di ricerca che abbiamo scelto è quella basata sulla matrice dei dati, ovvero la ricerca standard. In questo modo abbiamo utilizzato metodi quantitativi che generano dati ad alta strutturazione mediante l'utilizzo di un questionario online. La matrice dei dati è un tabella che ha tante righe quanti sono i soggetti che compongono il campione e tante colonne quanti sono i fattori presi in considerazione. La matrice dei dati è stata caricata sul calcolatore tramite il foglio elettronico Microsoft Excel.

4. IPOTESI DI LAVORO

Partendo dal quadro teorico sopra presentato abbiamo definito la nostra ipotesi di ricerca: "è presente una relazione tra l'utilizzo dei social media e l'autostima degli adolescenti".

Trattandosi di una ricerca standard, le verifiche per confermare o meno tale ipotesi vengono fatte confrontando due fattori e misurando con quale frequenza le diverse modalità di questi due fattori si presentano contemporaneamente nei soggetti analizzati.

5. FATTORE INDIPENDENTE E FATTORE DIPENDENTE

All'inizio della nostra ricerca abbiamo individuato i fattori coinvolti:

- fattore indipendente: utilizzo dei social media
- fattore dipendente: autostima degli adolescenti

6. DEFINIZIONE OPERATIVA DEI FATTORI

In una ricerca standard come la nostra è fondamentale la definizione operativa dei fattori, ovvero la trasformazione di questi ultimi in elementi osservabili e misurabili detti indicatori. Una volta individuati gli indicatori per ciascun fattore abbiamo proseguito creando le domande per il questionario, corrispondenti a ciascun indicatore, e anche collegato alle

domande delle opzioni di risposta. Inoltre abbiamo voluto inserire alla fine del questionario alcune domande di triangolazione che prevedevano invece una risposta aperta. Questa tipologia di domande permette di esplorare il tema da più angolazioni, garantendo che si stia misurando il concetto nella sua interezza.

Fattore	Indicatore	Domanda	Variabili
Utilizzo dei social media	IFI1: tempo dedicato ai social	Quante ore al giorno usi i social?	0-2 ore; 3-5 ore; Più di 5 ore
	IFI2: abitudini di condivisione	Ti capita di condividere contenuti sui social?	Mai; Raramente; Qualche volta; Spesso
	IFI3: importanza attribuita ai social	Che importanza attribuisce ai social nella tua vita?	Nessuna; Poca; Abbastanza; Molta
Autostima degli adolescenti	IFD1: confronto sociale	Ti è mai capitato di sentirti inferiore rispetto a qualcun altro?	Mai; Raramente; Qualche volta; Spesso
	IFD2: saper affrontare una difficoltà	Quando affronto una difficoltà sono sicuro/a di superarla	Per niente d'accordo; Poco d'accordo; Abbastanza d'accordo; Molto d'accordo
	IFD3: saper restare indifferenti davanti ai commenti	Quando mi viene fatto un commento rimango indifferente	Per niente d'accordo; Poco d'accordo; Abbastanza d'accordo; Molto d'accordo
Domande di triangolazione	T1: percezione vita altrui	Come ti senti quando vedi un influencer che mostra la sua vita "perfetta"?	Domanda aperta
	T2: criticità percepite	Quali aspetti dei social media ritieni più negativi?	Domanda aperta

Fattore	Indicatore	Domanda	Variabili
	T3: preferenze contenuti	Che tipo di contenuti guardi sui social?	Domanda aperta

VARIABILI DI SFONDO

Le variabili di sfondo inserite nel nostro questionario oltre alle domande riferite agli indicatori e a quelle di triangolazione sono:

- età
- genere
- tipo di scuola superiore frequentata

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 l'utilizzo dei social media e l'autostima degli adolescenti , abbiamo deciso di prendere come popolazione di riferimento gli adolescenti compresi tra i 13 e i 19 anni. Il nostro campione è composto da 47 ragazzi e ragazze che frequentano la scuola superiore. Abbiamo adottato un campionamento non probabilistico di tipo accidentale ,in quanto i ragazzi e le ragazze che abbiamo scelto erano i più facili da reperire e inserire nel campione.

8. TECNICHE E STRUMENTI DI RILEVAZIONE DEI DATI

Quando si parla di tecniche nella ricerca standard ci si riferisce all'insieme delle procedure utilizzate per raggiungere gli obiettivi 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 utilizzare un test ad alta strutturazione, abbiamo creato un questionario online con risposte sia chiuse che aperte e anonimo. Il nostro questionario comprende una presentazione iniziale e delle domande riferite alle variabili di sfondo e agli indicatori, riportati prima, dei due fattori. Attraverso queste domande abbiamo rilevato: dati personali, comportamenti, atteggiamenti, scelte e abilità.

Il questionario è stato creato su Google Moduli.

Prima di inviare definitivamente il questionario abbiamo effettuato un pre-test del questionario che abbiamo inviato alle nostre sorelle che frequentano le scuole superiori. Ci hanno confermato che le domande del questionario erano chiare e così lo abbiamo somministrato a tutti gli altri nostri conoscenti.

9. DEFINIZIONE DEL PIANO DI RACCOLTA DATI

Piano di rilevazione:

i dati sono stati raccolti tramite un questionario online anonimo, con domande a risposta chiusa e aperta, che è stato somministrato a conoscenti e amici di età compresa tra i 13 e i 19

anni. Il link del questionario è stato inviato via chat ai soggetti selezionati per il nostro campione.

Dai dati ad alta strutturazione raccolti dal nostro questionario abbiamo ottenuto due tipologie di variabili:

- 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

QUESTIONARIO

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

QUESTIONARIO SULLA PERCEZIONE DI SE' E L'USO DEI SOCIAL

Siamo delle studentesse dell'Università degli Studi di Torino e stiamo conducendo una ricerca sulla relazione tra l'uso dei social media e l'autostima degli adolescenti. Il questionario verrà somministrato in forma anonima e le risposte saranno utilizzate per finalità di ricerca. La durata del questionario è di circa 3 minuti e sono previste domande a risposta chiusa e infine qualche domanda a risposta aperta (tutti i campi sono obbligatori).

Domande	Risposte
Quanti anni hai?	<ul style="list-style-type: none">• 13-15• 16+
In che genere ti identifichi?	<ul style="list-style-type: none">• Femmina• Maschio• Preferisco non specificarlo
Che scuola superiore frequenti?	<ul style="list-style-type: none">• Liceo• Istituto professionale• Istituto tecnico
Quante ore al giorno usi i social?	<ul style="list-style-type: none">• 0-2 ore• 3-5 ore• Più di 5 ore
Ti capita di condividere contenuti sui social?	<ul style="list-style-type: none">• Mai• Raramente• Qualche volta• Spesso

Domande	Risposte
Che importanza attribuisi ai social nella tua vita?	<ul style="list-style-type: none"> • Nessuna • Poca • Abbastanza • Molta
Ti è mai capitato di sentirti inferiore rispetto a qualcun altro?	<ul style="list-style-type: none"> • Mai • Raramente • Qualche volta • Spesso
Quando affronto una difficoltà sono sicuro/a di superarla	<ul style="list-style-type: none"> • Per niente d'accordo • Poco d'accordo • Abbastanza d'accordo • Molto d'accordo
Quando mi viene fatto un commento rimango indifferente	<ul style="list-style-type: none"> • Per niente d'accordo • Poco d'accordo • Abbastanza d'accordo • Molto d'accordo
Quali aspetti dei social media ritieni più negativi?	Risposta aperta
Che tipo di contenuti guardi sui social?	Risposta aperta
Come ti senti quando vedi un influencer che mostra la sua vita "perfetta"?	Risposta aperta

Dalla nostra ricerca abbiamo ottenuto le seguenti variabili:

Item (Domanda del questionario)	Tipologia di variabile
Quanti anni hai?	Cardinale
In che genere ti identifichi?	Categoriale non ordinata
Che scuola superiore frequenti?	Categoriale non ordinata
Quante ore al giorno usi i social?	Categoriale ordinata
Ti capita di condividere contenuti sui social?	Categoriale ordinata
Che importanza attribuisi ai social nella tua vita?	Categoriale ordinata

Item (Domanda del questionario)	Tipologia di variabile
Ti è mai capitato di sentirti inferiore rispetto a qualcun altro?	Categoriale ordinata
Quando affronto una difficoltà sono sicuro/a di superarla	Categoriale ordinata
Quando mi viene fatto un commento rimango indifferente	Categoriale ordinata
Quali aspetti dei social media ritieni più negativi?	Categoriale non ordinata
Che tipo di contenuti guardi sui social?	Categoriale non ordinata
Come ti senti quando vedi un influencer che mostra la sua vita "perfetta"?	Categoriale non ordinata

quanti anni hai?	in che genere ti identifichi?	che scuola superiore frequenti?	quante ore al giorno usi i social? (puoi controllarlo dalle impostazioni del tuo telefono)	ti capita di condividere contenuti sui social?
16+	femmina	liceo	3-5 ore	qualche volta
16+	femmina	liceo	3-5 ore	qualche volta
16+	femmina	liceo	3-5 ore	spesso
16+	femmina	liceo	più di 5 ore	qualche volta
16+	femmina	liceo	più di 5 ore	qualche volta
16+	femmina	liceo	3-5 ore	qualche volta
16+	femmina	istituto professionale	3-5 ore	raramente
16+	maschio	liceo	0-2 ore	raramente
16+	maschio	liceo	3-5 ore	qualche volta
16+	femmina	liceo	3-5 ore	raramente
16+	maschio	liceo	3-5 ore	spesso
16+	femmina	liceo	0-2 ore	raramente
16+	femmina	liceo	più di 5 ore	qualche volta
16+	femmina	liceo	più di 5 ore	spesso

16+	maschio	liceo	3-5 ore	raramente
16+	femmina	liceo	più di 5 ore	qualche volta
16+	maschio	liceo	più di 5 ore	spesso
16+	femmina	liceo	3-5 ore	raramente
16+	femmina	liceo	3-5 ore	raramente
16+	femmina	liceo	3-5 ore	spesso
16+	femmina	liceo	3-5 ore	raramente
16+	femmina	liceo	3-5 ore	qualche volta
16+	femmina	liceo	3-5 ore	qualche volta
16+	femmina	liceo	3-5 ore	raramente
16+	femmina	liceo	più di 5 ore	spesso
16+	femmina	liceo	3-5 ore	spesso
16+	femmina	liceo	0-2 ore	qualche volta
16+	femmina	liceo	3-5 ore	qualche volta
16+	maschio	liceo	3-5 ore	mai
16+	femmina	liceo	3-5 ore	spesso
16+	femmina	liceo	3-5 ore	raramente
16+	maschio	liceo	3-5 ore	raramente
16+	femmina	liceo	3-5 ore	qualche volta
16+	femmina	liceo	0-2 ore	spesso
16+	femmina	liceo	più di 5 ore	raramente
13-15	femmina	liceo	3-5 ore	spesso
16+	femmina	liceo	più di 5 ore	spesso
16+	maschio	liceo	0-2 ore	spesso
16+	femmina	liceo	3-5 ore	raramente
16+	femmina	liceo	3-5 ore	qualche volta
16+	maschio	liceo	più di 5 ore	raramente
16+	femmina	liceo	3-5 ore	qualche volta
13-15	maschio	liceo	3-5 ore	qualche volta
13-15	femmina	liceo	più di 5 ore	spesso
13-15	maschio	istituto professionale	3-5 ore	qualche volta
16+	femmina	liceo	0-2 ore	qualche volta
16+	femmina	istituto tecnico	3-5 ore	qualche volta

che importanza attribuisi ai social nella tua vita?	ti è mai capitato di sentirti inferiore rispetto a qualcun altro?	quando affronto una difficoltà sono sicuro/a di superarla	quando mi viene fatto un commento rimango indifferente
abbastanza	raramente	molto d'accordo	molto d'accordo
abbastanza	raramente	abbastanza d'accordo	abbastanza d'accordo
abbastanza	qualche volta	abbastanza d'accordo	per niente d'accordo
abbastanza	spesso	poco d'accordo	per niente d'accordo
poca	qualche volta	abbastanza d'accordo	abbastanza d'accordo
poca	qualche volta	abbastanza d'accordo	poco d'accordo
poca	raramente	abbastanza d'accordo	poco d'accordo
abbastanza	mai	abbastanza d'accordo	poco d'accordo
poca	mai	abbastanza d'accordo	abbastanza d'accordo
poca	qualche volta	abbastanza d'accordo	poco d'accordo
poca	qualche volta	abbastanza d'accordo	poco d'accordo
poca	spesso	poco d'accordo	abbastanza d'accordo
abbastanza	qualche volta	abbastanza d'accordo	abbastanza d'accordo
abbastanza	qualche volta	abbastanza d'accordo	poco d'accordo
poca	raramente	abbastanza d'accordo	abbastanza d'accordo
abbastanza	spesso	per niente d'accordo	per niente d'accordo
abbastanza	mai	poco d'accordo	poco d'accordo
abbastanza	qualche volta	abbastanza d'accordo	poco d'accordo
poca	spesso	poco d'accordo	abbastanza d'accordo
abbastanza	qualche volta	abbastanza d'accordo	poco d'accordo
abbastanza	spesso	poco d'accordo	poco d'accordo
poca	spesso	abbastanza d'accordo	abbastanza d'accordo
molta	qualche volta	abbastanza d'accordo	per niente d'accordo
poca	spesso	abbastanza d'accordo	per niente d'accordo
abbastanza	qualche volta	abbastanza d'accordo	poco d'accordo
poca	qualche volta	abbastanza d'accordo	poco d'accordo
poca	qualche volta	molto d'accordo	poco d'accordo
poca	qualche volta	abbastanza d'accordo	per niente d'accordo
poca	spesso	poco d'accordo	abbastanza d'accordo
abbastanza	qualche volta	abbastanza d'accordo	poco d'accordo
poca	spesso	poco d'accordo	poco d'accordo
poca	raramente	molto d'accordo	abbastanza d'accordo

poca	qualche volta	abbastanza d'accordo	abbastanza d'accordo
abbastanza	raramente	abbastanza d'accordo	poco d'accordo
abbastanza	spesso	poco d'accordo	per niente d'accordo
molta	qualche volta	abbastanza d'accordo	poco d'accordo
abbastanza	raramente	poco d'accordo	poco d'accordo
abbastanza	raramente	abbastanza d'accordo	poco d'accordo
poca	raramente	abbastanza d'accordo	abbastanza d'accordo
poca	mai	poco d'accordo	abbastanza d'accordo
poca	qualche volta	abbastanza d'accordo	abbastanza d'accordo
abbastanza	spesso	poco d'accordo	per niente d'accordo
abbastanza	raramente	poco d'accordo	poco d'accordo
abbastanza	qualche volta	abbastanza d'accordo	molto d'accordo
poca	raramente	poco d'accordo	poco d'accordo
abbastanza	qualche volta	poco d'accordo	poco d'accordo
poca	raramente	poco d'accordo	per niente d'accordo

quali aspetti dei social media ritieni più negativi?	che tipo di contenuti guardi sui social? (es: beauty, cucina, viaggi, sport, ecc.)	come ti senti quando vedi un influencer che mostra la sua vita "perfetta"?
non saprei	un po' tutti	contenta per lei/lui
gli stereotipi	beauty, cucina e vlog	indifferente
vedere una vita irrealistica e irraggiungibile	beauty, cucina e viaggi	penso che vorrei avere questo tipo di vita "perfetta" ma capisco che ciò che viene mostrato non è per forza reale, quindi non mi sento inferiore
il fatto che condiziona molte persone anche nelle cose sbagliate	beauty	sono sicura che non sia così
il canone estetico e i commenti	viaggi e cucina	estraneo a quel mondo
il confronto con gli altri	un po' di tutto	inferiore
Che brucia il cervello	Viaggi	Incredula
Il continuo compararsi a livelli di vita impossibili	Sport, videogiochi, musica, auto e video divertenti	Non mi dà fastidio anche perché molte volte non sono neanche vere queste vite "perfette"
i commenti	sport meme viaggi ecc	sticazzi
il fatto che propongano un feed affine ai tuoi gusti e interessi	politica, geopolitica, storia	so che è finzione

senza farti uscire dalla zona di comfort		
lo scrolling e il meccanismo dopaminogeno; l'algoritmo e le divisioni e il clima d'odio che crea	sport, auto	non mi influenza particolarmente, ma mi suscita ambizione e desiderio di raggiungere il genere di obiettivi esposti
pochi controlli sui contenuti	sport/palestra, animali	invidiosa
disinformazione, diffusione di vita non reale	prevalentemente viaggi e beauty	so che non è la realtà però comunque leggermente invidia
.	beauty viaggi	.
che vien mostrato solo la perfezione e non le cose negative	sport	so che non é vera, quindi rimango indifferente
il fatto che ci si fa condizionare anche dalle cose sbagliate	beauty	che non sia vero
Non so	Sport	Non so
perdita della socialità	viaggi, beauty, sport	rimango indifferente, perché so che per la maggior parte è finzione
Il bullismo	Beauty, cucina, viaggi	Per certi versi invidiosa ma per altri non li invidio perché la loro privacy svanisce sempre di più
le immagini irrealistiche trasmesse	beauty	non li seguo e scrollo
Condivisione di insulti online	Cucina,beauty,viaggi	Non li guardo perché mi infastidiscono
Il fatto di paragonarsi ad altre anche se a volte è tutto finto soprattutto nel caso di ideali di bellezza nelle ragazze.	Viaggi, sport, casa	Non la guardo, passo oltre
competizione, superficialità, esibizionismo, falsità	beauty, vita, viaggi	so che non è vero
il fatto che influenzano e il conformismo	.	cerco di rimanere indifferente anche se in fondo provo una forma di invidia
i commenti	beauty, cucina, scuola e viaggi	dato che c'è tanta falsità sui social, non mi fa alcun effetto
I canoni di bellezza che si sono creati	beauty	Capisco che non è la realtà e vado oltre.
attendibilità delle informazioni e il poco rispetto della privacy	beauty	so che è finta

Il fatto che si basi tutto su una risposta da altri utenti (es. Like, commenti)	Beauty, sport, asmr, filosofici e religiosi.	Indifferente.
L'ambiente tossico che non permette alle persone ben intenzionate di esprimersi appieno	Info su videogiochi, anime, manga, fumetti	Che sta sparando un mucchio di baggianate
Paragonarsi agli altri	Beauty, sport, viaggi	Che vorrei aspirare a quel modello
Che non mostrano la vera realtà	beauty o viaggi	A volte suscita l'invidia però penso subito al fatto che non è vero, ma vogliono mostrare solo la parte più bella
La condivisione senza consenso	Sport ,tecnologia, musica e libri	Resto indifferente
il perdere tempo, il cyberbullismo e i leoni da tastiera, il continuo confrontarsi con gli altri	sport, musica, animali, cucina, viaggi	non mi fa particolare effetto ma probabilmente mi paragono un po'
Spesso ci possono essere fake news	Viaggi, lifestyle e crescita personale	Mi sento in difetto alcune volte
le cattiverie	beauty, musica, viaggi	inferiore
falsità della vita degli influencer	beauty	triste e invidiosa
il bullismo poco controllato	viaggi, videogiochi, ogni tanto makeup	so che non è realmente perfetta
paragonarsi a standard	musica	indifferente
il fatto che attualmente le persona non riescano a godersi i momenti belli della vita senza fare foto/video per poi pubblicarle	beauty, video divertenti, cucina	indifferente
I giudizi affrettati	Beauty e viaggi	Sembra troppo perfetta per essere reale
boh	sport	indifferente
Bullismo	Cucina, viaggi, moda, sport,	Male
gli insulti,dipendenza,dissogiacion e dalla realta	ragazze,moda, meedia, informazione sport	indifferende pero ci sono magari alcune cose ammiro e sono invidioso
ti influenzano	beauty	abbastanza emozionata
la falsita	sport videogiochi	invidioso
le aspettative che creano	un po di tutto	sono abbastanza furba da capire che non esiste la vita

		perfetta
L assuefazione	Beauty	Beata lei tanto è falso

10. ANALISI DEI DATI

La matrice dei dati è stata elaborata con il software JsStat per svolgere l'analisi monovariata. Questa tecnica statistica permette di esaminare una variabile alla volta, in modo da descrivere la posizione dei soggetti del campione rispetto a ciascuna variabile e calcolare gli indici di tendenza centrale, gli indici di dispersione e le distribuzioni di frequenza.

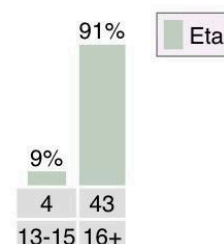
- Indici di tendenza centrale: sono misure che consentono di individuare il valore più rappresentativo di una distribuzione, tra questi rientrano: la moda, ossia la modalità che presenta la frequenza più elevata; la media aritmetica, ottenuta dividendo la somma di tutti i valori osservati per il numero totale dei casi; e la mediana, che corrisponde al valore centrale di una distribuzione ordinata.
- Indici di dispersione: misurano il grado di variabilità dei dati e indicano quanto i valori della distribuzione si discostano da un valore centrale di riferimento. Tra i principali indici vi sono: lo scarto semplice, dato dalla somma delle differenze tra ciascun valore e la media; la differenza interquartilica, che esprime la distanza tra il terzo e il primo quartile; il campo di variazione, calcolato come differenza tra il valore massimo e il valore minimo della distribuzione; la devianza, ottenuta sommando i quadrati degli scarti dalla media; la varianza, che si ricava dividendo la devianza per il numero dei casi; e la deviazione standard, corrispondente alla radice quadrata della varianza.
- Distribuzione di frequenza: rappresenta il modo in cui i casi del campione si distribuiscono rispetto alle diverse modalità assunte dalla variabile considerata, evidenziando la frequenza con cui ciascun valore si presenta.

ANALISI MONOVARIATA

Abbiamo svolto l'analisi monovariata da cui abbiamo ricavato la distribuzione di frequenza, gli indici di tendenza centrale e gli indici di dispersione

distribuzione di frequenza:
quanti anni hai?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
13-15	4	9%	4	9%	1%:16%
16+	43	91%	47	100%	84%:99%



Campione:

Numero di casi= 47

Indici di tendenza centrale:

Moda = 16+

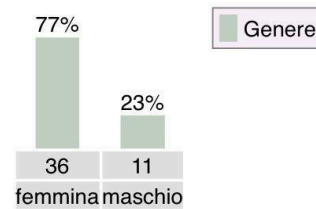
Mediana = 16+

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.84

distribuzione di frequenza:
in che genere ti identifichi?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
femmina	36	77%	36	77%	64%:89%
maschio	11	23%	47	100%	11%:36%



Campione:

Numero di casi= 47

Indici di tendenza centrale:

Moda = femmina

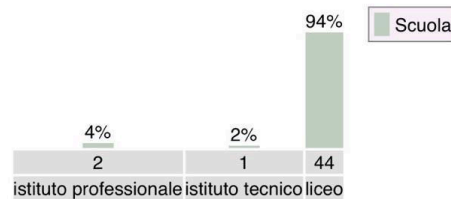
Mediana = femmina

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.64

distribuzione di frequenza:
che scuola superiore frequenti?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
istituto professionale	2	4%	2	4%	0%:13%
istituto tecnico	1	2%	3	6%	0%:9%
liceo	44	94%	47	100%	87%:100%



Campione:

Numero di casi= 47

Indici di tendenza centrale:

Moda = liceo

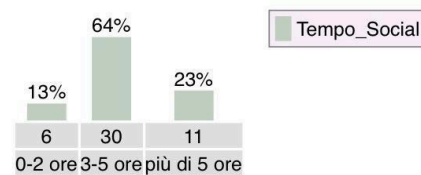
Mediana = liceo

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.88

distribuzione di frequenza:
quante ore al giorno usi i social?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
0-2 ore	6	13%	6	13%	3%:22%
3-5 ore	30	64%	36	77%	50%:78%
più di 5 ore	11	23%	47	100%	11%:36%



Campione:

Numero di casi= 47

Indici di tendenza centrale:

Moda = 3-5 ore

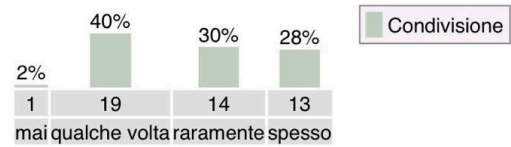
Mediana = 3-5 ore

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.48

distribuzione di frequenza:
ti capita di condividere contenuti sui social?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
mai	1	2%	1	2%	0%:9%
qualche volta	19	40%	20	43%	26%:54%
raramente	14	30%	34	72%	17%:43%
spesso	13	28%	47	100%	15%:40%



Campione:

Numero di casi= 47

Indici di tendenza centrale:

Moda = qualche volta

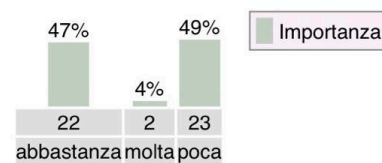
Mediana = raramente

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.33

distribuzione di frequenza:
che importanza attribuischi ai social nella tua vita?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
abbastanza	22	47%	22	47%	33%:61%
molta	2	4%	24	51%	0%:13%
poca	23	49%	47	100%	35%:63%



Campione:

Numero di casi= 47

Indici di tendenza centrale:

Moda = poca

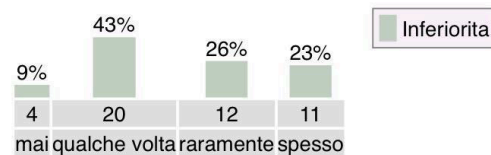
Mediana = molta

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.46

distribuzione di frequenza:
ti è mai capitato di sentirti inferiore rispetto a qualcun altro?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
mai	4	9%	4	9%	1%:16%
qualche volta	20	43%	24	51%	28%:57%
raramente	12	26%	36	77%	13%:38%
spesso	11	23%	47	100%	11%:36%



Campione:

Numero di casi= 47

Indici di tendenza centrale:

Moda = qualche volta

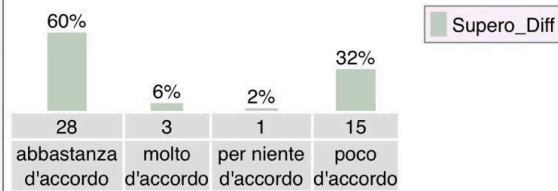
Mediana = qualche volta

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.31

distribuzione di frequenza:
quando affronto una difficoltà sono sicuro/a di superarla

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
abbastanza d'accordo	28	60%	28	60%	46%:74%
molto d'accordo	3	6%	31	66%	0%:13%
per niente d'accordo	1	2%	32	68%	0%:9%
poco d'accordo	15	32%	47	100%	19%:45%



Campione:

Numero di casi= 47

Indici di tendenza centrale:

Moda = abbastanza d'accordo

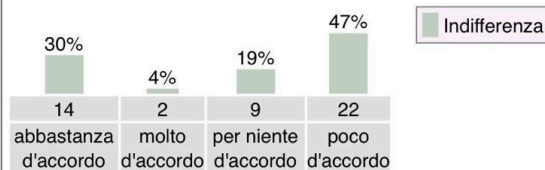
Mediana = abbastanza d'accordo

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.46

distribuzione di frequenza:
quando mi viene fatto un commento rimango indifferente

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
abbastanza d'accordo	14	30%	14	30%	17%:43%
molto d'accordo	2	4%	16	34%	0%:13%
per niente d'accordo	9	19%	25	53%	8%:30%
poco d'accordo	22	47%	47	100%	33%:61%



Campione:

Numero di casi= 47

Indici di tendenza centrale:

Moda = poco d'accordo

Mediana = per niente d'accordo

Indici di dispersione:

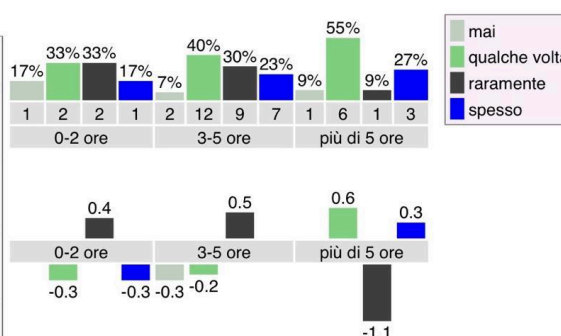
Squilibrio = 0.35

ANALISI BIVARIATA

Dopo aver concluso l'analisi monovariata si procede con il controllo delle ipotesi di ricerca 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 superiore a +1,96 possiamo dire che c'è una relazione significativa tra le due variabili prese in considerazione, se invece è inferiore a -1,96 c'è una repulsione significativa.

Tabella a doppia entrata:
Tempo_Social x Inferiorita

Inferiorita-> Tempo_Social	mai	qualche volta	raramente	spesso	Marginale di riga
0-2 ore	1 0.5 -	2 2.6 -0.3	2 1.5 0.4	1 1.4 -0.3	6
3-5 ore	2 2.6 -0.3	12 12.8 -0.2	9 7.7 0.5	7 7 0	30
più di 5 ore	1 0.9 -	6 4.7 0.6	1 2.8 -1.1	3 2.6 0.3	11
Marginale di colonna	4	20	12	11	47



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:

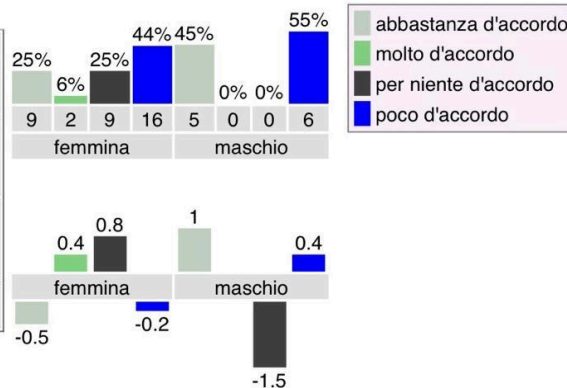
- la frequenza osservata O
- la frequenza attesa A
- il residuo standardizzato di cella, ossia lo scarto tra frequenza osservata e attesa rapportato alla radice quadrata della frequenza attesa $(O-A)/\sqrt{A}$: se superiore a +1,96 vi è attrazione significativa tra le due modalità delle variabili (a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

Abbiamo messo a confronto due variabili categoriali ordinate creando una tabella a doppia entrata.

Le variabili prese in considerazione sono: “quante ore al giorno usi i social?” e “ti è mai capitato di sentirti inferiore rispetto a qualcun altro?”, poiché ci sembrava interessante controllare questa relazione. Dopo aver osservato i residui standardizzati di cella notiamo che nessun residuo supera la soglia di +1,96, né scende sotto la soglia di -1,96 quindi in conclusione possiamo dire che non c'è alcuna significatività tra le due variabili prese in esame.

Tabella a doppia entrata:
Genere x Indifferenza

Indifferenza- > Genere	abbastanza d'accordo	molto d'accordo	per niente d'accordo	poco d'accordo	Marginale di riga
femmina	9 10.7 -0.5	2 1.5 0.4	9 6.9 0.8	16 16.9 -0.2	36
maschio	5 3.3 1	0 0.5 -	0 2.1 -1.5	6 5.1 0.4	11
Marginale di colonna	14	2	9	22	47



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

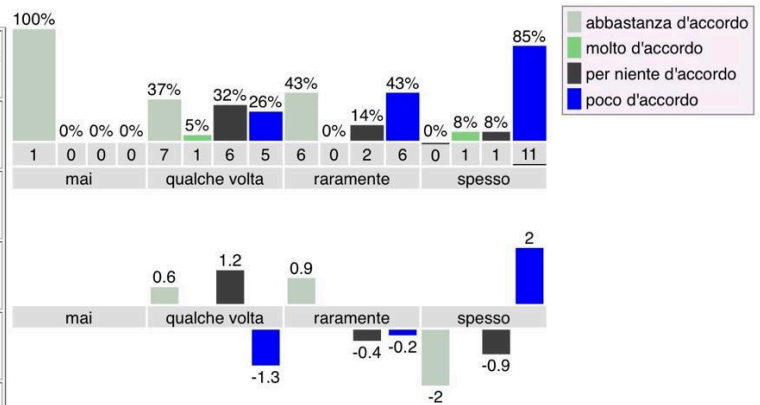
Nelle celle della tabella sono indicati:

- 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

In questa tabella a doppia entrata abbiamo messo a confronto le seguenti variabili categoriali: “in che genere ti identifichi?” e “quando mi viene fatto un commento rimango indifferente”. Osservando i residui standardizzati di cella possiamo concludere che anche in questo caso nessun residuo si trova al di fuori dell’intervallo +1,96 e -1,96, quindi non c’è alcuna significatività tra le due variabili.

Tabella a doppia entrata:
Condivisione x Indifferenza

Indifferenza- > Condivisione	abbastanza d'accordo	molto d'accordo	per niente d'accordo	poco d'accordo	Marginale di riga
mai	1 <i>0.3</i> -	0 -	0 <i>0.2</i> -	0 <i>0.5</i> -	1
qualche volta	7 5.7 0.6	1 <i>0.8</i> -	6 3.6 1.2	5 8.9 -1.3	19
raramente	6 4.2 0.9	0 <i>0.6</i> -	2 2.7 -0.4	6 6.6 -0.2	14
spesso	0 3.9 -2	1 <i>0.6</i> -	1 2.5 -0.9	11 6.1 2	13
Marginale di colonna	14	2	9	22	47



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

In questa tabella abbiamo inserito queste due variabili categoriali: “ti capita di condividere contenuti sui social?” e “quando mi viene fatto un commento rimango indifferente”.

Analizzando i residui standardizzati di cella possiamo notare che ci sono due valori che superano le soglie di +1,96 e -1,96. Entrambi questi valori si trovano nella riga “spesso”.

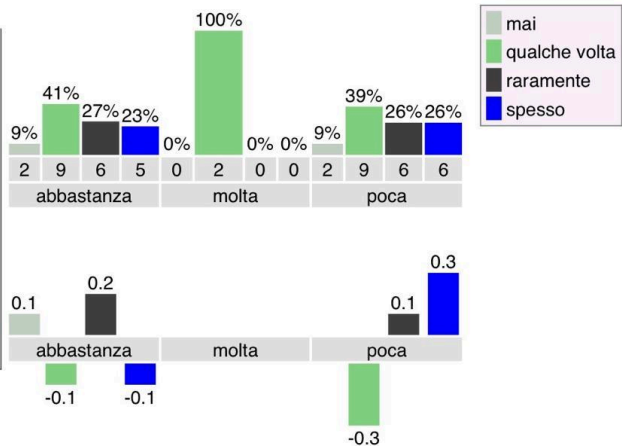
Nell’incrocio tra “spesso” e “abbastanza d’accordo” il valore residuo è di -2 (inferiore a -1,96) quindi indica una repulsione significativa. Ciò significa che chi condivide “spesso” contenuti sui social tende a non dichiararsi “abbastanza d’accordo” nel rimanere indifferente ai commenti.

Nell’incrocio tra “spesso” e “poco d’accordo” il valore residuo è 2 (superiore a +1,96) quindi c’è un’attrazione significativa. Ciò significa che chi condivide “spesso” contenuti sui social tende significativamente a dichiararsi “poco d’accordo” sul fatto di rimanere indifferente.

In conclusione possiamo dire che c’è una relazione significativa tra la frequenza di condivisione di contenuti sui social media e l’indifferenza verso i commenti.

Tabella a doppia entrata:
Importanza x Inferiorita

Inferiorita->Importanza	mai	qualche volta	raramente	spesso	Marginale di riga
abbastanza	2 1.9 0.1	9 9.4 -0.1	6 5.6 0.2	5 5.1 -0.1	22
molta	0 0.2 -	2 0.9 -	0 0.5 -	0 0.5 -	2
poca	2 2 0	9 9.8 -0.3	6 5.9 0.1	6 5.4 0.3	23
Marginale di colonna	4	20	12	11	47



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

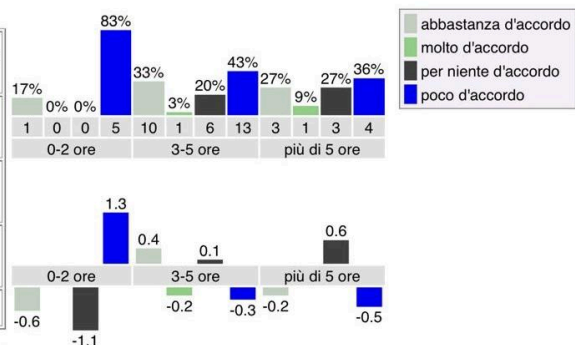
Nelle celle della tabella sono indicati:

- 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

In questa tabella abbiamo inserito le variabili categoriali: “che importanza attribuisce ai social nella tua vita?” e “ti è mai capitato di sentirti inferiore rispetto a qualcun altro?”. Analizzando i residui standardizzati di cella notiamo che non c'è alcuna significatività tra le variabili prese in considerazione. Nessun residuo, infatti, supera le soglie +1,96 e -1,96.

Tabella a doppia entrata:
Tempo_Social x Indifferenza

Indifferenza->Tempo_Social	abbastanza d'accordo	molto d'accordo	per niente d'accordo	poco d'accordo	Marginale di riga
0-2 ore	1 1.8 -0.6	0 0.3 -	0 1.1 -1.1	5 2.8 1.3	6
3-5 ore	10 8.9 0.4	1 1.3 -0.2	6 5.7 0.1	13 14 -0.3	30
più di 5 ore	3 3.3 -0.2	1 0.5 -	3 2.1 0.6	4 5.1 -0.5	11
Marginale di colonna	14	2	9	22	47



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

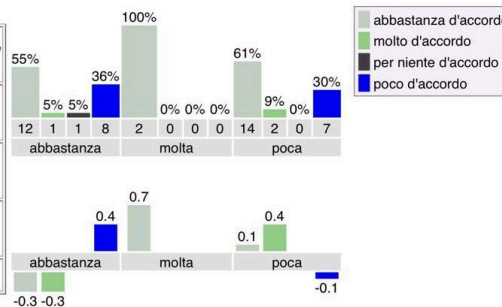
In questa tabella abbiamo inserito queste due variabili categoriali: "quante ore al giorno usi i social" e "quando mi viene fatto un commento rimango indifferente". Analizzando i residui

standardizzati di cella possiamo notare che non ci sono valori che superano la soglia critica di ± 1.96 . Dunque possiamo dire che non c'è una relazione statistica significativa.

Tabella a doppia entrata:
Importanza x Supero_Diff

Supero_Diff- > Importanza	abbastanza d'accordo	molto d'accordo	per niente d'accordo	poco d'accordo	Marginale di riga
abbastanza	12 13.1 -0.3	1 1.4 -0.3	1 0.5 -	8 7 0.4	22
molta	2 1.2 0.7	0 0.1 -	0 0 -	0 0.6 -	2
poca	14 13.7 0.1	2 1.5 0.4	0 0.5 -	7 7.3 -0.1	23
Marginale di colonna	28	3	1	15	47

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

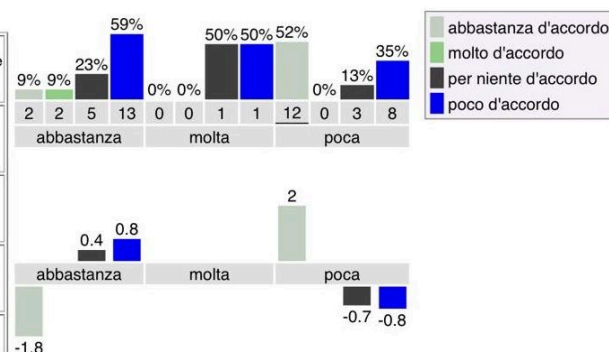


In questa tabella abbiamo inserito queste due variabili categoriali: "che importanza attribuisce ai social nella tua vita?" e "quando affronto una difficoltà sono di sicuro/a di superarla". Analizzando i residui standardizzati di cella possiamo notare che tutti i valori sono ampiamente compresi all'interno delle soglie di ± 1.96 . In conclusione possiamo dire che non c'è una relazione significativa tra l'importanza attribuita ai social e la percezione di riuscire a superare le difficoltà.

Tabella a doppia entrata:
Importanza x Indifferenza

Indifferenza- > Importanza	abbastanza d'accordo	molto d'accordo	per niente d'accordo	poco d'accordo	Marginale di riga
abbastanza	2 6.6 -1.8	2 0.9 -	5 4.2 0.4	13 10.3 0.8	22
molta	0 0.6 -	0 0.1 -	1 0.4 -	1 0.9 -	2
poca	12 6.9 2	0 1 -	3 4.4 -0.7	8 10.8 -0.8	23
Marginale di colonna	14	2	9	22	47

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



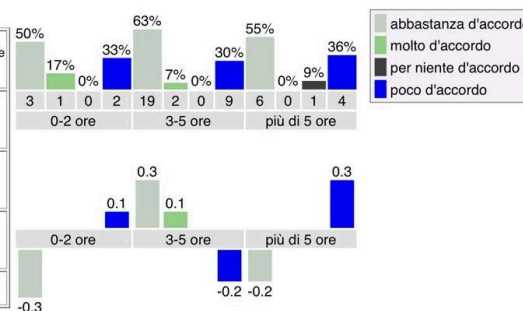
In questa tabella abbiamo inserito queste due variabili categoriali: "che importanza attribuisce ai social nella tua vita?" e "quando mi viene fatto un commento rimango indifferente". Analizzando i residui standardizzati di cella possiamo notare che c'è un valore rilevante:

nell'incrocio tra "poca" importanza e "abbastanza d'accordo" con l'indifferenza, il valore residuo è di 2 (superiore a +1.96), quindi indica un'attrazione significativa. Ciò significa che chi attribuisce "poca" importanza ai social tende a dichiararsi significativamente più "abbastanza d'accordo" nel rimanere indifferente ai commenti.

Tabella a doppia entrata:
Tempo_Social x Supero_Diff

Supero_Diff-> Tempo_Social	abbastanza d'accordo	molto d'accordo	per niente d'accordo	poco d'accordo	Marginale di riga
0-2 ore	3 3.6 -0.3	1 0.4 -	0 0.1 -	2 1.9 0.1	6
3-5 ore	19 17.9 0.3	2 1.9 0.1	0 0.6 -	9 9.6 -0.2	30
più di 5 ore	6 6.6 -0.2	0 0.7 -	1 0.2 -	4 3.5 0.3	11
Marginale di colonna	28	3	1	15	47

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

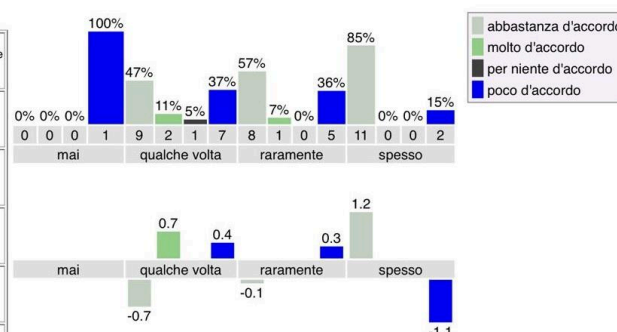


In questa tabella abbiamo inserito queste due variabili categoriali: "quanto tempo al giorno usi i social?" e "quando affronto una difficoltà sono di sicuro/a di superarla". Analizzando i residui standardizzati di cella possiamo notare che i valori sono tutti estremamente bassi. In conclusione possiamo dire che non c'è alcuna relazione significativa tra il tempo speso sulle piattaforme social e la valutazione personale sul superamento delle difficoltà.

Tabella a doppia entrata:
Condivisone x Supero_Diff

Supero_Diff-> Condivisone	abbastanza d'accordo	molto d'accordo	per niente d'accordo	poco d'accordo	Marginale di riga
mai	0 0.6 -	0 0.1 -	0 0 -	1 0.3 -	1
qualche volta	9 11.3 -0.7	2 1.2 0.7	1 0.4 -	7 6.1 0.4	19
raramente	8 8.3 -0.1	1 0.9 -	0 0.3 -	5 4.5 0.3	14
spesso	11 7.7 1.2	0 0.8 -	0 0.3 -	2 4.1 -1.1	13
Marginale di colonna	28	3	1	15	47

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



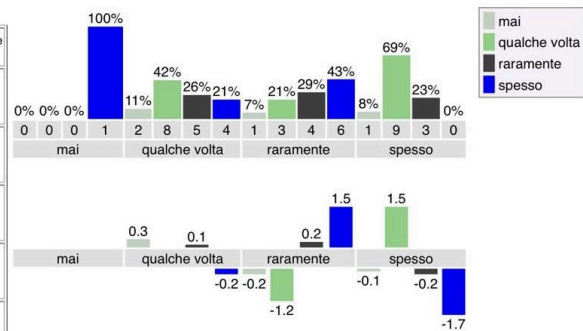
In questa tabella abbiamo inserito queste due variabili categoriali: "ti capita di condividere contenuti sui social?" e "quando affronto una difficoltà sono di sicuro/a di superarla". Analizzando i residui standardizzati di cella possiamo notare che nessun valore riesce a

superare le soglie critiche di +1.96 e -1.96, quindi non c'è una relazione significativa tra la frequenza di condivisione dei contenuti e la capacità percepita di superare le difficoltà.

Tabella a doppia entrata:
Condivisione x Inferiorità

Inferiorità->Condivisione	mai	qualche volta	raramente	spesso	Marginale di riga
mai	0 0.1 -	0 0.4 -	0 0.3 -	1 0.2 -	1
qualche volta	2 1.6 0.3	8 8.1 0	5 4.9 0.1	4 4.4 -0.2	19
raramente	1 1.2 -0.2	3 6 -1.2	4 3.6 0.2	6 3.3 1.5	14
spesso	1 1.1 -0.1	9 5.5 1.5	3 3.3 -0.2	0 3 -1.7	13
Marginale di colonna	4	20	12	11	47

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

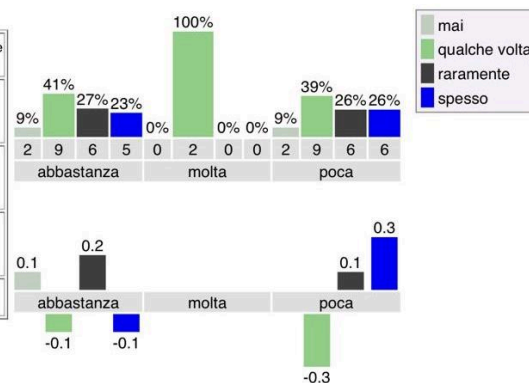


In questa tabella abbiamo inserito queste due variabili categoriali: "ti capita di condividere contenuti sui social?" e "ti è mai capitato di sentirti inferiore rispetto a qualcun altro?". Analizzando i residui standardizzati di cella possiamo notare che nessun valore riesce a superare le soglie critiche di +1.96 e -1.96, quindi non c'è una relazione significativa tra la frequenza di condivisione dei contenuti es il senso di inferiorità rispetto a qualcun altro.

Tabella a doppia entrata:
Importanza x Inferiorità

Inferiorità->Importanza	mai	qualche volta	raramente	spesso	Marginale di riga
abbastanza	2 1.9 0.1	9 9.4 -0.1	6 5.6 0.2	5 5.1 -0.1	22
molta	0 0.2 -	2 0.9 -	0 0.5 -	0 0.5 -	2
poca	2 2 0	9 9.8 -0.3	6 5.9 0.1	6 5.4 0.3	23
Marginale di colonna	4	20	12	11	47

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



In questa tabella abbiamo inserito queste due variabili categoriali: "importanza attribuita" e "ti è mai capitato di sentirti inferiore a qualcun altro?". Analizzando i residui standardizzati di cella possiamo notare che tutti i valori sono estremamente vicini allo zero, quindi possiamo

dire che non c'è alcuna relazione significativa tra l'importanza che i soggetti attribuiscono ai social network e la frequenza con cui sperimentano sentimenti di inferiorità.

INTERPRETAZIONE DEI DATI

Dall'analisi monovariata dei dati raccolti tramite i questionari, condotta su un campione di 47 partecipanti, sono emersi i seguenti risultati:

- Il 77% del campione è costituito da soggetti di sesso femminile, mentre il restante 23% è di sesso maschile.
- Per quanto riguarda l'età, il 9% dei partecipanti ha un'età compresa tra i 13 e i 15 anni e il 91% rientra nella fascia di età di 16+ anni.
- Il 4% del campione frequenta un istituto professionale, il 2% un istituto tecnico e il 94% un liceo
- Il 13% trascorre 0-2 ore sui social, il 64% 3-5 ore, il 23% più di 5 ore.
- Il 2% non pubblica mai contenuti sui social, il 40% qualche volta, 30% raramente, 28% spesso
- Alla domanda "che importanza attribuisce ai social nella tua vita?" il 47% ha risposto abbastanza, il 4% molta e il 49% poca.
- Alla domanda "ti è mai capitato di sentirti inferiore rispetto a qualcun altro?" il 9% ha risposto mai, il 43% raramente, il 26% qualche volta, il 23% spesso
- Il 60% del campione è abbastanza d'accordo con l'affermazione "il campione quando affronta una difficoltà è sicuro di superarla", il 6% poco d'accordo, il 2% per niente d'accordo, il 32% molto d'accordo
- Infine il 30% del campione è abbastanza d'accordo con l'affermazione "quando mi viene fatto un commento rimango indifferente", il 4% poco d'accordo, il 19% per niente d'accordo, il 47% molto d'accordo.

ANALISI DELLE DOMANDE DI TRIANGOLAZIONE

Per quanto riguarda le domande di triangolazione, essendo domande aperte, non abbiamo svolto analisi bivariata o monovariata ma le abbiamo lette e abbiamo tirato noi le somme di quanto detto dai partecipanti

Per quanto riguarda gli aspetti negativi dei social media, emerge una forte critica verso la falsità e la distorsione della realtà presente sulle piattaforme. I partecipanti pongono l'accento soprattutto sul disagio psicologico causato dal continuo confronto con gli altri, sottolineando come la creazione di canoni estetici irrealistici influenzi negativamente l'autostima. A ciò si affianca una preoccupazione per le dinamiche sociali tossiche, che includono episodi di cyberbullismo, la pressione derivante dal bisogno di approvazione sociale tramite like e commenti, e una diffusa preoccupazione per la tutela della privacy.

Analizzando le tipologie di contenuti seguiti, le risposte rivelano interessi variegati. Il mondo del beauty, insieme a quello dei viaggi e dello sport, occupa una posizione di rilievo nelle preferenze degli utenti. Non mancano, tuttavia, interessi più specifici che toccano il mondo

della tecnologia, della musica, dei libri, della cucina ,dei videogiochi, dimostrando come i partecipanti tendano a diversificare molto i propri feed quotidiani.

Infine, riguardo a come gli utenti si sentono di fronte alla rappresentazione di una vita definita "perfetta", dalle reazioni emergono sia una spiacevole capacità critica che dei momenti di vulnerabilità emotiva. Molti partecipanti si ritengono distaccati o indifferenti, questo grazie alla piena consapevolezza che tali contenuti siano finti e non corrispondano alla realtà. Allo stesso tempo, un gruppo di utenti ammette di non riuscire a rimanere del tutto impassibile, ammettendo di provare sentimenti di invidia, tristezza o un senso di inferiorità e inadeguatezza nel confrontarsi con questi modelli, questo dimostra quanto il confronto sociale abbia un forte impatto sulla sfera emotiva.

CONTROLLO DELLE IPOTESI

Attraverso l'analisi bivariata abbiamo notato che in solo due casi il valore di X quadro, che si ottiene creando la tabella a doppia entrata, è significativo: tra la variabile “quante ore al giorno usi i social?” e “ti è mai capitato di sentirti inferiore rispetto a qualcun altro?”, facendo riferimento ai residui standardizzati -2 e 2, notiamo che c'è una relazione significativa; tra la variabile "che importanza attribuisce ai social nella tua vita?" e "quando mi viene fatto un commento rimango indifferente”, riferendoci al valore residuo 2 notiamo una seconda relazione significativa.

Per le altre relazioni tra le variabili invece non è emersa una relazione significativa, per cui possiamo dire che in quei casi non ci sono evidenze sufficienti per sostenere l'ipotesi di partenza.

I risultati confermano, seppur con sfumature meno nette, la validità delle premesse teoriche. È probabile che questo sia anche dato dal fatto che il numero del nostro campione è ristretto.

11. RIFLESSIONE SULL'ESPERIENZA SVOLTA

Questo lavoro di ricerca ci ha permesso di applicare le conoscenze teoriche apprese durante le lezioni del corso e la complessità che sta dietro allo svolgimento di una ricerca empirica.

Le principali difficoltà riscontrate riguardano la distribuzione del questionario nelle scuole, in quanto è stato particolarmente difficile contattare gli insegnanti e raggiungere un numero sufficiente di persone disposte a compilarlo, infatti l'abbiamo inviato anche a nostri amici e conoscenti per cercare di raggiungere almeno un numero consistente di risposte. Inoltre, l'utilizzo iniziale del software statistico JsStat (da noi utilizzato per la prima volta) si è rivelato complesso.

Tra i punti di forza del nostro lavoro vi è l'aver trattato un tema estremamente attuale, stimolante e vicino al mondo dei giovani, che ci ha offerto l'opportunità di confrontare i nostri punti di vista e collaborare nella stesura del lavoro.

Come punti di debolezza potremmo dire che la sensibilità dell'argomento potrebbe aver condizionato i ragazzi a rispondere in modo socialmente approvato.

Inoltre, avendo coinvolto un campione di 47 ragazzi e ragazze composto per la maggior parte

da studentesse (77%) del liceo (94%), sarebbe stato meglio un campione più numeroso, per bilanciare meglio il genere e la tipologia di scuola superiore frequentata, in modo da ottenere dei dati più rappresentativi.