



**UNIVERSITÀ
DI TORINO**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO
CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELL'EDUCAZIONE
INDIRIZZO: SERVIZI DELL'INFANZIA

Anno accademico 2025/2026

CORSO DI PEDAGOGIA SPERIMENTALE
Prof. Roberto Trinchero

Rapporto di ricerca empirica
“ Vi è relazione tra l'utilizzo dei social media e il livello di autostima negli
adolescenti? ”

Ikram Yassi 1176856
Sabrina Kuci 1069379

SOMMARIO:

1. Problema conoscitivo di partenza, tema di ricerca e obiettivo di ricerca.

- 1.1 Problema conoscitivo
- 1.2 Tema di ricerca
- 1.3 Obiettivo di ricerca
- 1.4 Ipotesi di ricerca

2. Quadro teorico e mappa concettuale

- 2.1 Quadro teorico
- 2.2 Bibliografia
- 2.3 Mappa concettuale

3. Metodologia della ricerca

- 3.1 Identificazione dei fattori
- 3.2 Definizione operativa dei fattori
- 3.4 Variabili di sfondo
- 3.5 Popolazione di riferimento e strumento rilevazione dei dati
- 3.6 Tecniche di rilevazione dei dati
- 3.7 Questionario

4. Analisi dei dati

- 4.1 Matrice dei dati
- 4.2 Analisi monovariata
- 4.3 Analisi bivariata
- 4.4 Interpretazione dei risultati

5. Conclusione

- 5.1 Riflessione sull'esperienza della ricerca

1. Problema conoscitivo di partenza, tema di ricerca e obiettivo di ricerca .

1.1 Problema conoscitivo

Il problema conoscitivo a cui abbiamo lavorato è : "Vi è relazione tra il livello di autostima negli adolescenti e l'utilizzo dei social media ?"

1.2 Tema di ricerca

Il nostro tema di ricerca è Il livello di autostima negli adolescenti e l'utilizzo dei social media .

1.3 Obiettivo di ricerca

Il nostro obiettivo di ricerca è stabilire se vi è relazione tra il livello di autostima negli adolescenti e l'utilizzo dei social media.

1.4 Ipotesi di ricerca

La nostra ipotesi di ricerca è che ci sia un'effettiva relazione tra il livello di autostima negli adolescenti e l'utilizzo dei social media.

2. Quadro teorico e mappa concettuale

2.1 Quadro teorico

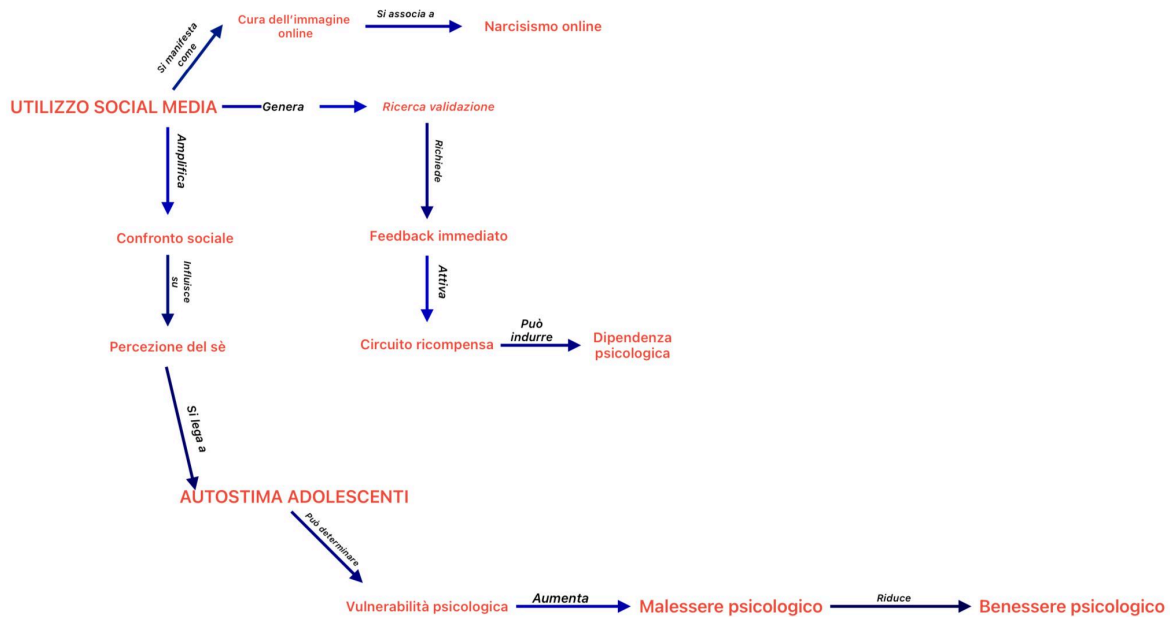
L'utilizzo dei social media rappresenta oggi una dimensione centrale nella vita quotidiana degli adolescenti e incide profondamente sui processi di costruzione dell'identità, sulla percezione del sé e sul benessere psicologico. Le piattaforme sociali in particolare quelle a forte componente visiva come ad esempio Instagram, favoriscono una costante esposizione dell'immagine personale, trasformando l'autopresentazione in una pratica quotidiana e socialmente rilevante. In questo contesto, la cura dell'immagine assume un ruolo centrale, poiché l'individuo è spinto a selezionare e mostrare versioni di sé coerenti con ideali estetici e sociali dominanti. Tale attenzione all'immagine si associa frequentemente al narcisismo online inteso come bisogno di visibilità, riconoscimento e ammirazione da parte degli altri. Inoltre l'uso dei social media genera una marcata ricerca di validazione sociale , infatti i like, i commenti e le visualizzazioni diventano strumenti attraverso cui gli

adolescenti misurano il proprio valore personale, affidandolo al giudizio esterno. La ricerca di validazione richiede un feedback immediato ed è reso possibile dalla struttura stessa delle piattaforme digitali che sono progettate per fornire risposte rapide e continue. Questo feedback immediato attiva il circuito della ricompensa ovvero un meccanismo psicologico che associa l'approvazione sociale a sensazioni di piacere e gratificazione. Quando tale circuito viene stimolato ripetutamente può portare ad una forma di dipendenza psicologica, caratterizzata dal bisogno costante di controllo , connessione e conferma esterna. Parallelamente l'utilizzo dei social media amplifica il confronto sociale, infatti gli adolescenti sono esposti in modo continuo a rappresentazioni idealizzate di coetanei, influencer e modelli di "successo" che spesso mostrano standard irrealistici di bellezza, felicità e realizzazione personale e questo confronto sociale influisce direttamente sulla percezione del sé, poiché porta l'individuo a valutare le proprie caratteristiche in relazione a quelle degli altri. Quando questo confronto risulta sfavorevole può emergere un'immagine negativa di sé, accompagnata da sentimenti di inadeguatezza e insicurezza. La percezione del sé è strettamente legata all'autostima degli adolescenti che viene vista come valutazione complessiva del proprio valore personale. Un'autostima fragile rende l'individuo maggiormente dipendente dal giudizio altrui e più vulnerabile alle dinamiche di approvazione e rifiuto che caratterizzano i social media . L'autostima può quindi determinare una maggiore vulnerabilità psicologica aumentando le possibilità a sperimentare emozioni negative, ansia e disagio emotivo. L'aumento della vulnerabilità psicologica contribuisce allo sviluppo di malessere psicologico che può manifestarsi attraverso stress, insoddisfazione, bassa autostima e difficoltà relazionali e questo stato di malessere può compromettere il benessere psicologico complessivo, inteso come equilibrio emotivo, capacità di autorealizzazione e qualità delle relazioni sociali.

2.2 Bibliografia

Tesi del corso di laurea triennale di Muneratto Federica , anno accademico 2024/2025 , presso l'Università degli Studi di Padova , Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e della Socializzazione , “ La ricerca di validazione sui social media : impatto su autostima e benessere psicologico nei giovani utenti di Instagram “. <https://thesis.unipd.it/handle/20.500.12608/88955>

2.3 Mappa concettuale



3. Metodologia della ricerca

3.1 Identificazione dei fattori

- Fattore indipendente (fattore che viene prima del fattore dipendente e può influenzare senza essere influenzato) : Utilizzo dei social media.
- Fattore dipendente (fattore che dipende dal fattore indipendente e di conseguenza può essere influenzato) : Livello di autostima negli adolescenti.

3.2 Definizione operativa dei fattori

FATTORE	INDICATORI	ITEM DI RILEVAZIONE	VARIABILI
fattore indipendente : Utilizzo dei social media	Tempo di utilizzo dei social media	Quante ore al giorno trascorri sui social media ?	1) Meno di un'ora 2) Tra 1 ora e 2 ore 3) Tra 2 ore e 3 ore

			4) Tra 3 ore e 4 ore 5) Più di 4 ore
	Frequenza di utilizzo dei social media prima del sonno	Quanto spesso utilizzi i social media prima di andare a dormire ?	1) Mai 2) Raramente 3) Qualche volta 4) Spesso 5) Sempre
	Percezione del bisogno di controllare le notifiche	Quanto senti il bisogno di controllare le notifiche ?	1) Mai 2) Raramente 3) Qualche volta 4) Spesso 5) Sempre
fattore dipendente: Livello di autostima negli adolescenti	Livello di sicurezza nelle proprie capacità	Quanto ti senti sicura/o delle tue capacità ?	1) Per niente 2) Poco 3) Abbastanza 4) Molto 5) Moltissimo
	Grado di ricerca di validazione esterna	Quanto senti il bisogno dell'approvazione e degli altri per sentirti bene con te stessa/o?	1) Per niente 2) Poco 3) Abbastanza 4) Molto 5) Moltissimo
	Livello di condizionamento sociale dell'autovalutazione	Quanto il giudizio degli altri influenza il modo in cui valuti te stessa/o?	1) Per niente 2) Poco 3) Abbastanza 4) Molto 5) Moltissimo

3.4 Variabili di sfondo

Genere	Qual'è il tuo genere	Femminile
---------------	-----------------------------	-----------

	?	
		Maschile
		Altro
		Preferisco non rispondere
Età	Quanti anni hai ?	14
		15
		16
		17
		18
Livello scolastico	Che classe frequenti attualmente?	Prima superiore
		Seconda superiore
		Terza superiore
		Quarta superiore
		Quinta superiore

3.5 Popolazione di riferimento e strumento rilevazione dati

La popolazione di riferimento del questionario è costituita da adolescenti di età compresa tra i 14 e i 18 anni , che frequentano istituti di istruzione secondaria superiore.

Il campione considerato include quindi studenti e studentesse iscritti a diversi indirizzi scolastici , rappresentativi della fascia adolescenziale in ambito scolastico .

Per quanto riguarda lo strumento di rilevazione dei dati, è stato utilizzato un questionario online realizzato tramite la piattaforma Google Forms.

3.6 Tecniche di rilevazione dei dati

Per la rilevazione dei dati è stato adottato un metodo quantitativo. Questo approccio si basa sulla raccolta e sull'analisi di dati numerici , permettendo di

misurare in modo oggettivo le risposte dei partecipanti e di individuare eventuali relazioni o tendenze tra le variabili considerate .

La condivisione del questionario è avvenuta tramite la piattaforma di messaggistica Whatsapp , attraverso la quale il link al modulo è stato diffuso ai partecipanti.

È importante sottolineare che il questionario era completamente anonimo , garantendo la riservatezza delle informazioni fornite .

3.7 Questionario

Social media e autostima negli adolescenti

Ciao siamo due studentesse universitarie del corso di Scienze dell'Educazione e Formazione dell'Università di Torino , vi invitiamo a compilare questo questionario , che è in forma anonima , per un lavoro di ricerca, quindi vi chiediamo di rispondere in modo sincero: NON ci sono risposte giuste o sbagliate e le risposte verranno usate esclusivamente a fini di ricerca.

Le domande riguardano l'uso dei social media e il modo in cui gli adolescenti percepiscono se stessi.

Grazie !

1. Qual'è il tuo genere ?
 - Femminile
 - Maschile
 - Altro
 - Preferisco non rispondere

2. Quanti anni hai?
 - 14
 - 15
 - 16
 - 17
 - 18

3. Che classi frequenti attualmente ?
 - Prima superiore
 - Seconda superiore

- Terza superiore
- Quarta superiore
- Quinta superiore

4. Quante ore al giorno trascorri sui social ?

- Meno di un'ora
- Tra 1 ora e 2 ore
- Tra 2 ore e 3 ore
- Tra 3 ore e 4 ore
- Più di 4 ore

5. Quanto spesso utilizzi i social prima di andare a dormire ?

- Mai
- Raramente
- Qualche volta
- Spesso
- Sempre

6. Quanto senti il bisogno di controllare le notifiche ?

- Mai
- Raramente
- Qualche volta
- Spesso
- Sempre

7. Quanto ti senti sicura/o delle tue capacità?

- Per niente
- Poco
- Abbastanza
- Molto
- Moltissimo

8. Quanto senti il bisogno dell'approvazione degli altri per sentirti bene con te stessa/o?

- Per niente
- Poco
- Abbastanza
- Molto
- Moltissimo

9. Quanto il giudizio degli altri influenza il modo in cui valuti te stessa/o ?

- Per niente
- Poco
- Abbastanza
- Molto
- Moltissimo

4. Analisi dei dati

4.1 Matrice dei dati

Codice	D1	D2	D3	D4	D5	D 6	D7	D8	D9
A01	F	18 anni	quinta superiore	più di 4 ore	sempre	spesso	molto	poco	per niente
A02	M	15 anni	seconda	tra 1 ora e 2	spesso	qualche volta	poco	abbastanza	molto
A03	F	18 anni	quinta	più di 4 ore	spesso	qualche volta	abbastanza	abbastanza	abbastanza
A04	F	18 anni	quinta	tra 3 e 4 ore	spesso	mai	abbastanza	per niente	poco
A05	F	16 anni	terza	più di 4 ore	sempre	qualche volta	molto	abbastanza	abbastanza
A06	F	17 anni	terza	tra 1 ora e 2	qualche volta	raramente	abbastanza	poco	poco
A07	F	17 anni	terza	più di 4 ore	sempre	spesso	poco	moltissimo	moltissimo
A08	F	16 anni	prima	più di 4 ore	sempre	mai	poco	poco	per niente
A09	F	18 anni	quinta	tra 2 e 3 ore	spesso	spesso	abbastanza	abbastanza	molto
A10	F	17 anni	quarta	più di 4 ore	sempre	qualche volta	abbastanza	abbastanza	poco
A11	F	18 anni	quinta	tra 2 e 3 ore	sempre	spesso	poco	abbastanza	abbastanza
A12	F	18 anni	quinta	tra 3 e 4 ore	qualche volta	qualche volta	abbastanza	abbastanza	abbastanza
A13	F	18 anni	quinta	più di 4 ore	sempre	spesso	abbastanza	poco	poco
A14	M	14 anni	prima	più di 4 ore	spesso	spesso	poco	moltissimo	moltissimo
A15	M	17 anni	quarta	tra 3 e 4 ore	sempre	sempre	per niente	moltissimo	molto
A16	M	18 anni	quinta	più di 4 ore	spesso	sempre	abbastanza	molto	molto
A17	M	18 anni	quinta	più di 4 ore	sempre	spesso	poco	molto	moltissimo
A18	F	16 anni	terza	tra 1 ora e 2	qualche volta	sempre	per niente	moltissimo	moltissimo
A19	M	17 anni	quarta	tra 2 e 3 ore	sempre	sempre	poco	moltissimo	moltissimo
A20	F	15 anni	seconda	tra 3 e 4 ore	sempre	spesso	abbastanza	molto	molto
A21	M	15 anni	seconda	tra 3 e 4 ore	spesso	spesso	poco	moltissimo	moltissimo
A22	M	15 anni	seconda	tra 3 e 4 ore	spesso	spesso	poco	moltissimo	moltissimo
A23	M	14 anni	prima	più di 4 ore	—	spesso	abbastanza	molto	moltissimo
A24	M	14 anni	prima	tra 3 e 4 ore	spesso	spesso	poco	molto	moltissimo
A25	M	17 anni	quarta	tra 3 e 4 ore	spesso	sempre	abbastanza	moltissimo	moltissimo
A26	F	18 anni	quinta	più di 4 ore	sempre	sempre	abbastanza	moltissimo	moltissimo
A27	M	14 anni	prima	tra 3 e 4 ore	sempre	spesso	poco	moltissimo	moltissimo
A28	M	14 anni	prima	più di 4 ore	sempre	sempre	poco	molto	molto
A29	F	17 anni	quarta	più di 4 ore	sempre	spesso	poco	moltissimo	moltissimo
A30	F	18 anni	quinta	più di 4 ore	qualche volta	spesso	abbastanza	molto	molto

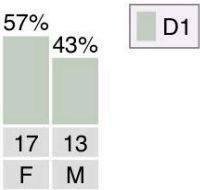
4.2 Analisi monovariata

Quando si fa una rapporto di ricerca è importante studiare accuratamente la realtà che si vuole analizzare: questo comporta a dover condurre un'analisi monovariata il cui ci permette di avere una descrizione delle distribuzioni di frequenza , il calcolo della distribuzione di frequenza semplice e cumulata , gli indici di tendenza centrale , gli indici di dispersione e di posizione dei singoli soggetti.

1. Qual è il tuo genere ?

D1

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
F	17	57%	17	57%	37%:77%
M	13	43%	30	100%	23%:63%



Campione:

Numero di casi= 30

Indici di tendenza centrale:

Moda = F

Mediana = F

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.51

Indici posizionali

Centile	0	3	7	10	13	17	20	23	27	30	33	37	40	43	47	50	53	57	60	63	67	70	73	77	80	83	87	90	93	97	100
Dato	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	M	

La mediana (punto che lascia alla sua sinistra e alla sua destra lo stesso numero di casi) vale F. Il primo quartile Q1 (punto che lascia alla sua sinistra il 25 percento dei casi) vale F. Il terzo quartile Q3 (punto che lascia alla sua sinistra il 75 percento dei casi) vale M.

2. Quanti anni hai ?

D2

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
14 anni	5	17%	5	17%	0%:33%
15 anni	4	13%	9	30%	0%:30%
16 anni	3	10%	12	40%	0%:23%
17 anni	7	23%	19	63%	7%:40%
18 anni	1	3%	20	67%	0%:13%
18 anni	10	33%	30	100%	17%:50%

Campione:

Numero di casi= 30

Indici di tendenza centrale:

Moda = 18 anni

Mediana = 17 anni

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.22

D2

Indici posizionali

Centile	0	3	7	10	13	17	20	23	27	30	33	37	40	43	47	50	53	57	60	63	67	70	73	77	80	83	87	90	93	97	100	
Dato	14	14	14	14	14	15	15	15	15	16	16	16	17	17	17	17	17	17	17	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	

La mediana (punto che lascia alla sua sinistra e alla sua destra lo stesso numero di casi) vale 17 anni. Il primo quartile (punto che lascia alla sua sinistra il 25 percento dei casi) vale 15 anni. Il terzo quartile (punto che lascia alla sua sinistra il 75 percento dei casi) vale 18 anni.

3. Che classe frequenti attualmente ?

Distribuzione di frequenza:

D3

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
prima	6	21%	6	21%	3%:38%
quarta	5	17%	11	38%	3%:34%
quinta	10	34%	21	72%	17%:52%
seconda	4	14%	25	86%	0%:28%
terza	4	14%	29	100%	0%:28%



Campione:

Numero di casi= 29

Indici di tendenza centrale:

Moda = quinta

Mediana = quinta

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.23

D3

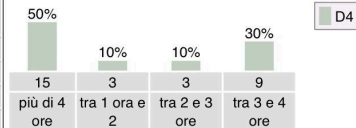
Indici posizionali

Centile	0	3	7	10	14	17	21	24	28	31	34	38	41	45	48	52	55	59	62	66	69	72	76	79	83	86	90	93	97	100
Dato	prima	prima	prima	prima	prima	prima	quarta	quarta	quarta	quarta	quarta	quinta	quinta	quinta	quinta	quinta	quinta	quinta	quinta	quinta	quinta	seconda	seconda	seconda	seconda	seconda	terza	terza	terza	terza

La mediana (punto che lascia alla sua sinistra e alla sua destra lo stesso numero di casi) vale quinta. Il primo quartile Q1 (punto che lascia alla sua sinistra il 25 percento dei casi) vale quarta. Il terzo quartile Q3 (punto che lascia alla sua sinistra il 75 percento dei casi) vale quinta.

4. Quante ore al giorno trascorri sui social ?

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
più di 4 ore	15	50%	15	50%	30%-70%
tra 1 ora e 2	3	10%	18	60%	0%-23%
tra 2 e 3 ore	3	10%	21	70%	0%-23%
tra 3 e 4 ore	9	30%	30	100%	13%-47%



Campione:

Numero di casi= 30

Indici di tendenza centrale:

Moda = più di 4 ore

Mediana = tra più di 4 ore e tra 1 ora e 2

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.36

D4

Indici posizionali

Centile	0	3	7	10	13	17	20	23	27	30	33	37	40	43	47	50	53	57	60	63	67	70	73	77	80	83	87	90	93	97	100
Dato	più di 4 ore	più di 4 ore	più di 4 ore	più di 4 ore	più di 4 ore	più di 4 ore	più di 4 ore	più di 4 ore	più di 4 ore	più di 4 ore	più di 4 ore	più di 4 ore	più di 4 ore	più di 4 ore	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2	tra 1 ora e 2

La mediana (punto che lascia alla sua sinistra e alla sua destra lo stesso numero di casi) vale tra più di 4 ore e tra 1 ora e 2. Il primo quartile Q1 (punto che lascia alla sua sinistra il 25 percento dei casi) vale più di 4 ore. Il terzo quartile Q3 (punto che lascia alla sua sinistra il 75 percento dei casi) vale tra 3 e 4 ore.

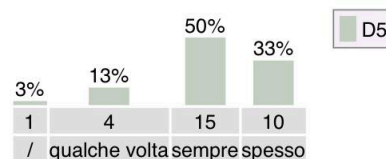
Lo squilibrio è dato dalla somma delle proporzioni al quadrato per ciascuna delle k modalità della variabile, ossia:

5. Quanto spesso utilizzi i social prima di andare a dormire ?

Distribuzione di frequenza:

D5

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
/	1	3%	1	3%	0%-13%
qualche volta	4	13%	5	17%	0%-30%
sempre	15	50%	20	67%	30%-70%
spesso	10	33%	30	100%	17%-50%



Campione:

Numero di casi= 30

Indici di tendenza centrale:

Moda = sempre

Mediana = sempre

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.38

D5

Indici posizionali

Centile	0	3	7	10	13	17	20	23	27	30	33	37	40	43	47	50	53	57	60	63	67	70	73	77	80	83	87	90	93	97	100
Dato	/	qualche volta	qualche volta	qualche volta	qualche volta	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre

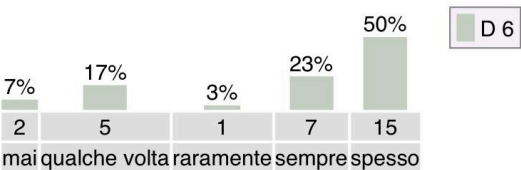
La mediana (punto che lascia alla sua sinistra e alla sua destra lo stesso numero di casi) vale sempre. Il primo quartile Q1 (punto che lascia alla sua sinistra il 25 percento dei casi) vale sempre. Il terzo quartile Q3 (punto che lascia alla sua sinistra il 75 percento dei casi) vale spesso.

6. Quanto senti il bisogno di controllare le notifiche ?

Distribuzione di frequenza:

D 6

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
mai	2	7%	2	7%	0%:20%
qualche volta	5	17%	7	23%	0%:33%
raramente	1	3%	8	27%	0%:13%
sempre	7	23%	15	50%	7%:40%
spesso	15	50%	30	100%	30%:70%



Campione:

Numero di casi= 30

Indici di tendenza centrale:

Moda = spesso

Mediana = tra sempre e spesso

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.34

Centile	0	3	7	10	13	17	20	23	27	30	33	37	40	43	47	50	53	57	60	63	67	70	73	77	80	83	87	90	93	97	100
Dato	mai	mai	qualche volta	qualche volta	qualche volta	qualche volta	qualche volta	raramente	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	sempre	spesso	spesso	spesso	spesso	spesso	spesso	spesso	spesso	spesso	spesso	spesso	spesso	spesso	spesso	spesso	spesso

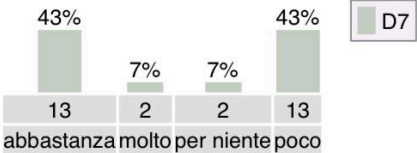
La mediana (punto che lascia alla sua sinistra e alla sua destra lo stesso numero di casi) vale tra sempre e spesso. Il primo quartile (punto che lascia alla sua sinistra il 25 per cento dei casi) vale raramente. Il terzo quartile (punto che lascia alla sua sinistra il 75 per cento dei casi) vale spesso.

7. Quanto ti senti sicura/o delle tue capacità?

Distribuzione di frequenza:

D7

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
abbastanza	13	43%	13	43%	23%:63%
molto	2	7%	15	50%	0%:20%
per niente	2	7%	17	57%	0%:20%
poco	13	43%	30	100%	23%:63%



Campione:

Numero di casi= 30

Indici di tendenza centrale:

Moda = abbastanza; poco

Mediana = tra molto e per niente

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.38

D7

Indici posizionali

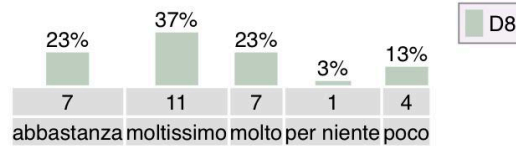
Centile	0	3	7	10	13	17	20	23	27	30	33	37	40	43	47	50	53	57	60	63	67	70	73	77	80	83	87	90	93	97	
Dato	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	molto	molto	per niente	per niente	poco	poco	poco	poco	poco	poco	poco	poco	poco	poco	poco	poco	poco

8. Quanto senti il bisogno dell'approvazione degli altri per sentirti bene con te stessa/o?

Distribuzione di frequenza:

D8

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
abbastanza	7	23%	7	23%	7%:40%
moltissimo	11	37%	18	60%	17%:57%
molto	7	23%	25	83%	7%:40%
per niente	1	3%	26	87%	0%:13%
poco	4	13%	30	100%	0%:30%



Campione:

Numero di casi= 30

Indici di tendenza centrale:

Moda = moltissimo

Mediana = moltissimo

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.26

D8

Indici posizionali

Centile	0	5	7	10	13	17	20	23	27	30	33	37	40	43	47	50	53	57	60	63	67	70	73	77	80	83	87	90	93	97	100	
Dato	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	abbastanza	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo	moltissimo

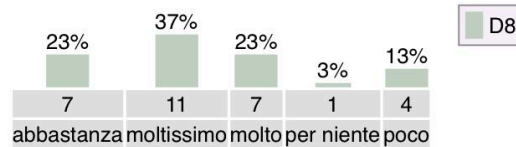
La mediana (punto che lascia alla sua sinistra e alla sua destra lo stesso numero di casi) vale moltissimo. Il primo quartile Q1 (punto che lascia alla sua sinistra il 25 per cento dei casi) vale moltissimo. Il terzo quartile Q3 (punto che lascia alla sua sinistra il 75 per cento dei casi) vale molto.¹

9. Quanto il giudizio degli altri influenza il modo in cui valuti te stessa/o ?

Distribuzione di frequenza:

D8

Modalità	Frequenza semplice	Percent. semplice	Frequenza cumulata	Percent. cumulata	Int. Fid. 95%
abbastanza	7	23%	7	23%	7%:40%
moltissimo	11	37%	18	60%	17%:57%
molto	7	23%	25	83%	7%:40%
per niente	1	3%	26	87%	0%:13%
poco	4	13%	30	100%	0%:30%



Campione:

Numero di casi= 30

Indici di tendenza centrale:

Moda = moltissimo

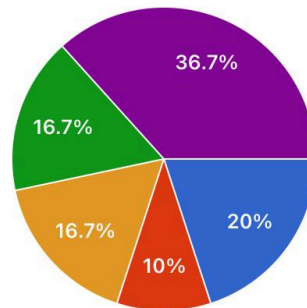
Mediana = moltissimo

Indici di dispersione:

Squilibrio = 0.26

Che classe frequenti attualmente?

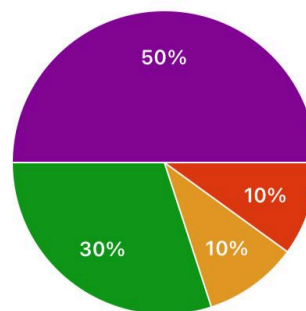
30 responses



- Prima superiore
- Seconda superiore
- Terza superiore
- Quarta superiore
- Quinta superiore

Quante ore al giorno trascorri sui social media?

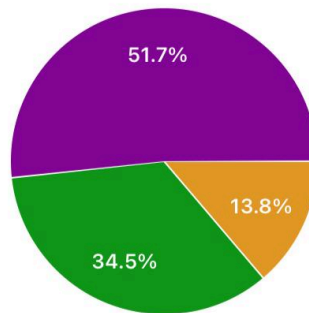
30 responses



- Meno di 1 ora
- Tra 1 ora e 2 ore
- Tra 2 e 3 ore
- Tra 3 e 4 ore
- Più di 4 ore

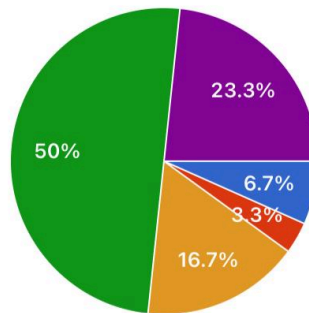
Quanto spesso utilizzi i social media prima di andare a dormire ?

29 responses



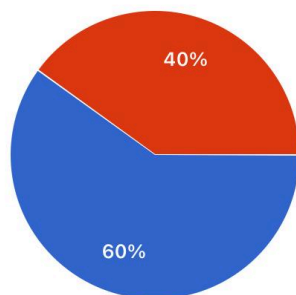
Quanto senti il bisogno di controllare le notifiche?

30 responses



Qual'è il tuo genere ?

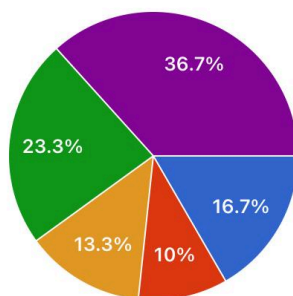
30 responses



- Femminile
- Maschile
- Altro
- Preferisco non rispondere

Quanti anni hai ?

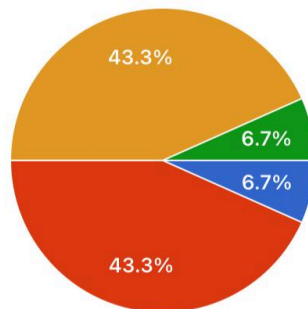
30 responses



- 14
- 15
- 16
- 17
- 18

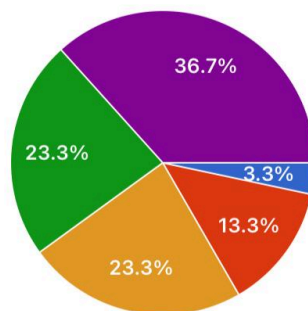
Quanto ti senti sicuro/a delle tue capacità?

30 responses



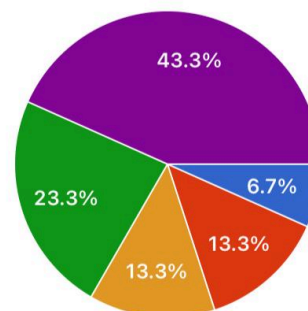
Quanto senti il bisogno dell'approvazione degli altri per sentirti bene con te stesso/a?

30 responses



Quanto il giudizio degli altri influenza il modo in cui valuti te stesso/a?

30 responses



4.3 Analisi bivariata

Una volta effettuata l'analisi monovariata, per controllare le ipotesi bisogna incrociare ogni variabile generata dal fattore indipendente con ogni variabile generata dal fattore dipendente per poter stabilire se vi è la presenza di relazioni significative. Per fare ciò bisogna quindi fare un'analisi bivariata.

- L'incrocio tra le variabili avviene facendo delle tabelle a doppia entrata che ci permettono di vedere le frequenze osservate, le frequenze attese e i residui standardizzati.

Quanto senti il bisogno di controllare le notifiche? X Quanto ti senti sicura/o delle tue capacità?

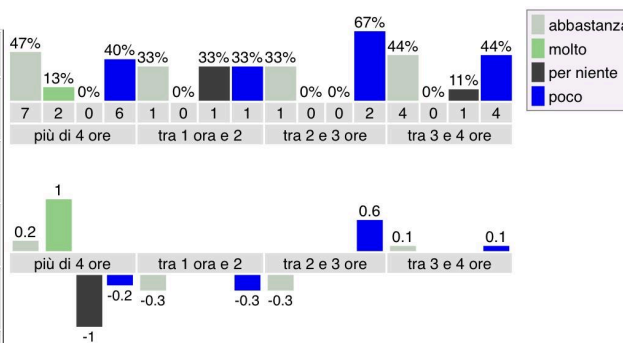
Tabella a doppia entrata:
D4 x D7

D7-> D4	abbastanza	molto	per niente	poco	Marginale di riga
più di 4 ore	7 6.5 0.2	2 1 1	0 1 -1	6 6.5 -0.2	15
tra 1 ora e 2	1 1.3 -0.3	0 0.2 -	1 0.2 -	1 1.3 -0.3	3
tra 2 e 3 ore	1 1.3 -0.3	0 0.2 -	0 0.2 -	2 1.3 0.6	3
tra 3 e 4 ore	4 3.9 0.1	0 0.6 -	1 0.6 -	4 3.9 0.1	9
Marginale di colonna	13	2	2	13	30

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



Quanto senti il bisogno di controllare le notifiche? X Quanto senti il bisogno dell'approvazione degli altri per sentirti bene con te stessa/o?

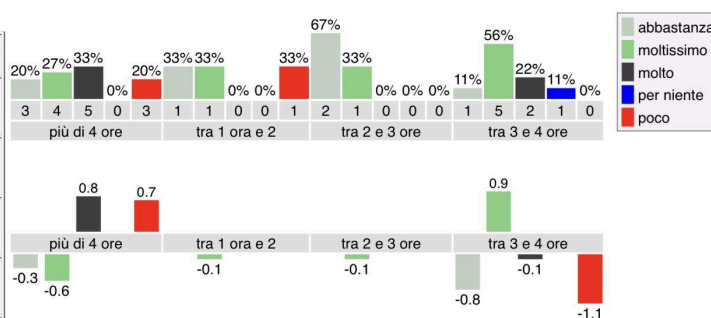
Tabella a doppia entrata:
D4 x D8

D8 -> D4	abbastanza	moltissimo	molto	per niente	poco	Marginale di riga
più di 4 ore	3 3.5 -0.3	4 5.5 -0.6	5 3.5 0.8	0 0.5 -	3 2 0.7	15
tra 1 ora e 2	1 0.7 -	1 1.1 -0.1	0 0.7 -	0 0.1 -	1 0.4 -	3
tra 2 e 3 ore	2 0.7 -	1 1.1 -0.1	0 0.7 -	0 0.1 -	0 0.4 -	3
tra 3 e 4 ore	1 2.1 -0.8	5 3.3 0.9	2 2.1 -0.1	1 0.3 -	0 1.2 -1.1	9
Marginale di colonna	7	11	7	1	4	30

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



Quanto senti il bisogno di controllare le notifiche ? X Quanto il giudizio degli altri influenza il modo in cui valuti te stessa/o ?

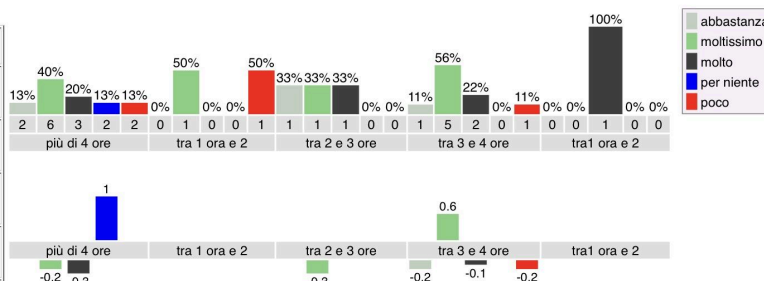
Tabella a doppia entrata:
D4 x D9

D9-> D4	abbastanza	moltissimo	molto	per niente	poco	Marginale di riga
più di 4 ore	2 2 0	6 6.5 -0.2	3 3.5 -0.3	2 1 1	2 2 0	15
tra 1 ora e 2	0 0.3 -	1 0.9 -	0 0.5 -	0 0.1 -	1 0.3 -	2
tra 2 e 3 ore	1 0.4 -	1 1.3 -0.3	1 0.7 -	0 0.2 -	0 0.4 -	3
tra 3 e 4 ore	1 1.2 -0.2	5 3.9 0.6	2 2.1 -0.1	0 0.6 -	1 1.2 -0.2	9
tra 1 ora e 2	0 0.1 -	0 0.4 -	1 0.2 -	0 0.1 -	0 0.1 -	1
Marginale di colonna	4	13	7	2	4	30

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:

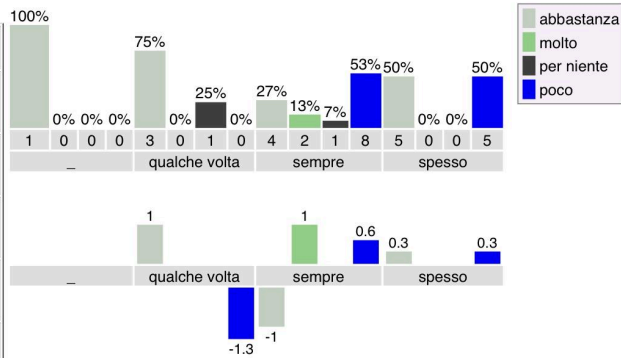
- la frequenza osservata O
- la frequenza attesa A
- il residuo standardizzato di cella, ossia lo scarto tra frequenza osservata e attesa rapportato alla radice quadrata della frequenza attesa $(O-A)/\sqrt{A}$: se superiore a +1,96 vi è attrazione significativa tra le due modalità delle variabili (a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



Quanto spesso utilizzi i social prima di andare a dormire ? X Quanto ti senti sicura/o delle tue capacità?

Tabella a doppia entrata:
D5 x D7

D7-> D5	abbastanza	molto	per niente	poco	Marginale di riga
—	1 0.4 -	0 0.1 -	0 0.1 -	0 0.4 -	1
qualche volta	3 1.7 1	0 0.3 -	1 0.3 -	0 1.7 -1.3	4
sempre	4 6.5 -1	2 1 1	1 0 0	8 6.5 0.6	15
spesso	5 4.3 0.3	0 0.7 -	0 0.7 -	5 4.3 0.3	10
Marginale di colonna	13	2	2	13	30



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

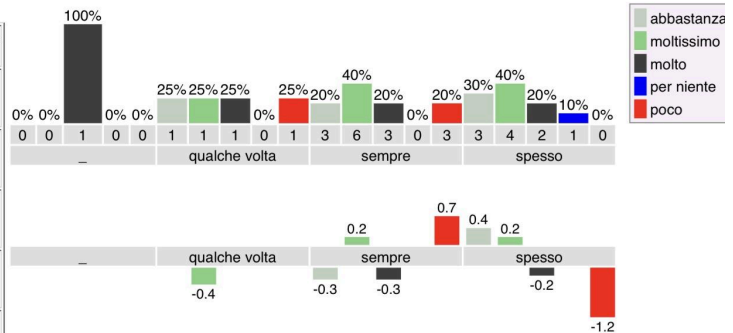
Nelle celle della tabella sono indicati:

- 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

Quanto spesso utilizzi i social media prima di andare a dormire ? X Quanto senti il bisogno dell'approvazione degli altri per sentirti bene con te stessa/o?

Tabella a doppia entrata:
D5 x D8

D8-> D5	abbastanza	moltissimo	molto	per niente	poco	Marginale di riga
—	0 0.2 -	0 0.4 -	1 0.2 -	0 0 -	0 0.1 -	1
qualche volta	1 0.9 -	1 1.5 -0.4	1 0.9 -	0 0.1 -	0 0.5 -	4
sempre	3 3.5 -0.3	6 5.5 0.2	3 3.5 -0.3	0 0.5 -	3 2 0.7	15
spesso	3 2.3 0.4	4 3.7 0.2	2 2.3 -0.2	1 0.3 -	0 1.3 -1.2	10
Marginale di colonna	7	11	7	1	4	30



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

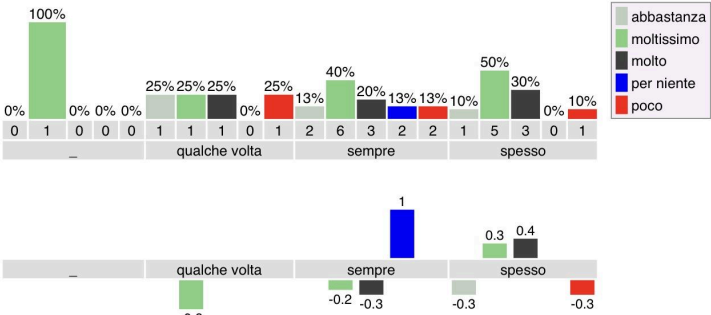
Nelle celle della tabella sono indicati:

- 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

Quanto spesso utilizzi i social media prima di andare a dormire? X Quanto il giudizio degli altri influenza il modo in cui valuti te stessa/o ?

Tabella a doppia entrata:
D5 x D9

D9-> D5	abbastanza	moltissimo	molto	per niente	poco	Marginale di riga
-	0 0.1 -	1 0.4 -	0 0.2 -	0 0.1 -	0 0.1 -	1
qualche volta	1 0.5 -	1 1.7 -0.6	1 0.9 -	0 0.3 -	1 0.5 -	4
sempre	2 2 0	6 6.5 -0.2	3 3.5 -0.3	2 1 1	2 2 0	15
spesso	1 1.3 -0.3	5 4.3 0.3	3 2.3 0.4	0 0.7 -	1 1.3 -0.3	10
Marginale di colonna	4	13	7	2	4	30



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

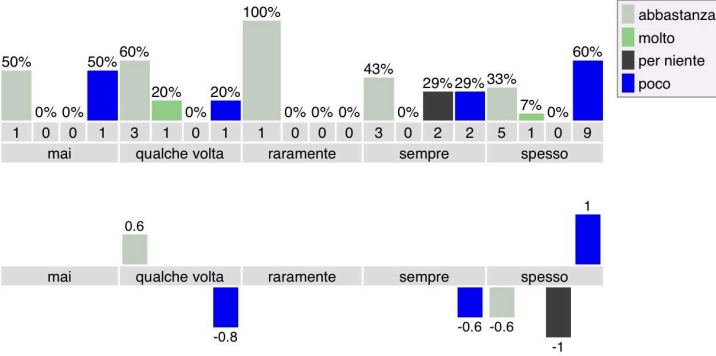
Nelle celle della tabella sono indicati:

- 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

Quanto senti il bisogno di controllare le notifiche ? X Quanto ti senti sicura/o delle tue capacità?

Tabella a doppia entrata:
D 6 x D7

D7-> D 6	abbastanza	molto	per niente	poco	Marginale di riga
mai	1 0.9 -	0 0.1 -	0 0.1 -	1 0.9 -	2
qualche volta	3 2.2 0.6	1 0.3 -	0 0.3 -	1 2.2 -0.8	5
raramente	1 0.4 -	0 0.1 -	0 0.1 -	0 0.4 -	1
sempre	3 3 0	0 0.5 -	2 0.5 -	2 3 -0.6	7
spesso	5 6.5 -0.6	1 1 0	0 1 -1	9 6.5 1	15
Marginale di colonna	13	2	2	13	30



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

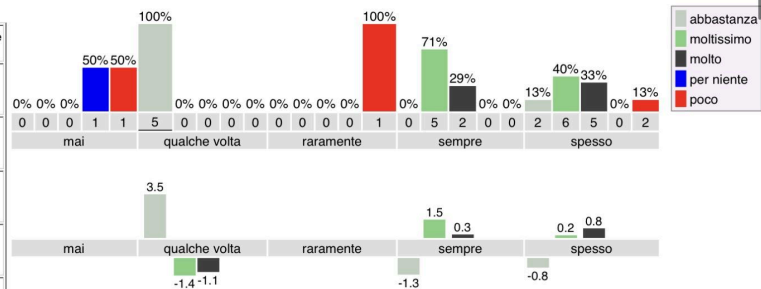
Quanto senti il bisogno di controllare le notifiche ? X Quanto senti il bisogno dell'approvazione degli altri per sentirti bene con te stessa/o?

Tabella a doppia entrata:
D 6 x D 8

D8-> D 6	abbastanza	moltissimo	molto	per niente	poco	Marginale di riga
mai	0 0.5 -	0 0.7 -	0 0.5 -	1 0.1 -	1 0.3 -	2
qualche volta	5 1.2 3.5	0 1.8 -1.4	0 1.2 -1.1	0 0.2 -	0 0.7 -	5
raramente	0 0.2 -	0 0.4 -	0 0.2 -	0 0 -	1 0.1 -	1
sempre	0 1.6 -1.3	5 2.6 1.5	2 1.6 0.3	0 0.2 -	0 0.9 -	7
spesso	2 3.5 -0.8	6 5.5 0.2	5 3.5 0.8	0 0.5 -	2 2 0	15
Marginale di colonna	7	11	7	1	4	30

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:



Quanto senti il bisogno di controllare le notifiche ? X Quanto il giudizio degli altri influenza il modo in cui valuti te stessa/o ?

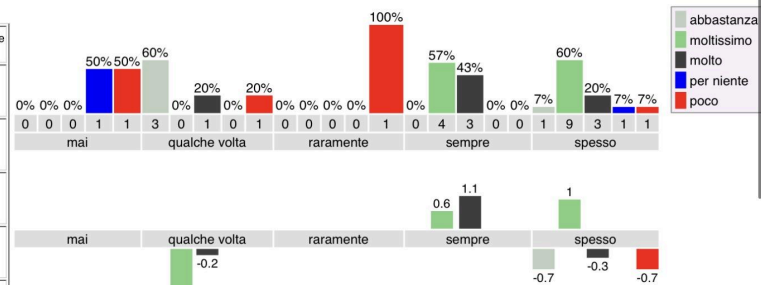
Tabella a doppia entrata:
D 6 x D 9

D9-> D 6	abbastanza	moltissimo	molto	per niente	poco	Marginale di riga
mai	0 0.3 -	0 0.9 -	0 0.5 -	1 0.1 -	1 0.3 -	2
qualche volta	3 0.7 -	0 2.2 -1.5	1 1.2 -0.2	0 0.3 -	1 0.7 -	5
raramente	0 0.1 -	0 0.4 -	0 0.2 -	0 0.1 -	1 0.1 -	1
sempre	0 0.9 -	4 3 0.6	3 1.6 1.1	0 0.5 -	0 0.9 -	7
spesso	1 2 -0.7	9 6.5 1	3 3.5 -0.3	1 1 0	1 2 -0.7	15
Marginale di colonna	4	13	7	2	4	30

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

Nelle celle della tabella sono indicati:

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



4.5 Interpretazione dei risultati

Dall'analisi bivariata, che abbiamo ottenuto attraverso l'incrocio tra variabili indipendenti e variabili dipendenti, è emerso che il valore X non è significativo dato che ci sono frequenze attese minori di 1, condiziona che viola i presupposti di applicabilità del test e ne limita l'affidabilità.

Di conseguenza quindi i risultati ottenuti non ci forniscono evidenze sufficienti per poter supportare la nostra ipotesi iniziale di ricerca.

5. Conclusione

5.1 Riflessione sull'esperienza di ricerca

Questa ricerca è stata per noi un'occasione importante per metterci alla prova nella costruzione di una ricerca empirica e per approfondire un tema , dal nostro punto di vista , molto importante come quello dell'autostima negli adolescenti , rendendoci conto di quanto in realtà sia un aspetto molto complesso e delicato.

Lavorare in coppia è stata molto positiva come esperienza perché questo ci ha permesso di confrontarci spesso e di aiutarci a vicenda nei momenti di difficoltà che non sono mancati lungo il periodo di sviluppo di questa ricerca , come ad esempio nella raccolta dati e nella loro analisi .

Dall'interpretazione dei dati è emerso che non abbiamo trovato evidenze sufficienti per poter confermare la nostra ipotesi iniziale , questo però non significa che il legame non esista , ma che nel nostro studio non siamo riuscite a dimostrarlo in modo chiaro .

Nonostante ciò questa esperienza è stata molto utile perché ci ha permesso di metterci alla prova e a capire che non sempre si ottengono i risultati attesi , facendoci soffermare anche su quanto in realtà sia importante riflettere molto di più , a livello di società , sul tema di ricerca che abbiamo scelto.