

Report dello studio “HappyB”

- Being, Body, and Brain -



Usa di social media e benessere negli adolescenti

Responsabile:
Dr. Laura Marciano

Harvard T.H. Chan School of Public Health,
Boston, USA

Institute of Public Health, USI, Lugano

(e) lmarciano@hsph.harvard.edu

A cura di:
Alessia Robbiani

Institut de Psychologie, Losanna

(e) alessia.robbiani@unil.ch

Indice

HappyB: lo studio.....	4
Domanda di ricerca	4
Metodologia.....	4
Le misurazioni	5
La popolazione studiata	5
Risultati principali.....	7
Il benessere	7
Il benessere edonico: le emozioni.....	7
Il benessere edonico: la felicità.....	8
Il benessere edonico: la soddisfazione di vita	8
Il benessere eudaimonico	9
Il benessere sociale: il supporto sociale.....	10
Il benessere sociale: la solitudine.....	10
Uso dello smartphone e dei social media.....	11
Profili sui social media.....	11
Le App più utilizzate	11
Il caso di “F-Instagram”	12
Attività sui social media	13
Attività sullo smartphone.....	14
Pervasività dello smartphone.....	16
Uso problematico dei social media	16
Benessere e social media.....	17
Interpretazione dei risultati	17
Esperienze sociali online	19
Insight dai focus group.....	19
Amicizia online versus offline.....	19
Dati collezionati tramite Ethica	20
Risultati di Ethica	21
Conclusioni.....	23
I nostri contatti.....	25
Ringraziamenti	26
Appendice.....	27



HappyB: lo studio

Introduzione

Il progetto HappyB ha lo scopo di indagare come l'uso di smartphone e social media sia associato al benessere dei giovani nel tempo. Il progetto HappyB è finanziato dal Fondo Nazionale Svizzero, e svolto in collaborazione con USI Università della Svizzera Italiana, Lugano, e il Lee Kum Sheung Center for Health and Happiness, Harvard T.H. Chan School of Public Health, Boston, USA. I dati sono stati raccolti sul territorio Svizzero, nel Canton Ticino. La responsabile del progetto è la dott.ssa Laura Marciano.

Secondo l'American Psychological Association (APA) il benessere corrisponde a *“Uno stato di felicità e gioia, con bassi livelli di stress, condizione generale di salute fisica e mentale, buone prospettive e buona qualità della vita”* questa definizione ritiene che il benessere non risulta dalla semplice assenza di problemi psicologici, bensì si posiziona su un continuum tra deficit framework (sintomi psicopatologici) e benessere (funzionamento positivo, benessere edonico, eudaimonico, sociale).

Nella letteratura scientifica è stata studiata la biologia del benessere soprattutto quello eudaimonico che predice abitudini di vita più sane (più motivazione a prendersi cura di sé, meno stress, una regolazione positive del sistema neuroendocrino, cardiovascolare, infiammatorio e del microbioma). Inoltre, maggior benessere riduce l'onset di malattie fisiche e psichiche, predice una risposta positiva sostenuta all'esperienza positive nel cervello e una migliore regolazione emotiva. Il benessere predice tutti questi benefici anche in presenza di ineguaglianze socio-economiche ed educative.

Secondo un rapporto dell'UNICEF¹, in Svizzera, nel 2021, un terzo dei giovani tra i 14 e i 19 anni ha avuto problemi psichici: il 45.4% un basso benessere emotivo, il 31% una bassa autostima, il 44.9% ha avuto pensieri suicidari (8.7% ha tentato il suicidio) ed il 37.3% ha sintomi di ansia e/o depressione. Sembra dunque sempre più cruciale parlare di benessere dei giovani di oggi e come le nuove tecnologie possano avere un impatto sulla salute di questi ultimi.

Domanda di ricerca

L'obiettivo dello studio è quello di investigare come l'uso delle nuove tecnologie, e in particolare dello smartphone e social media, sia collegato al benessere e alla felicità degli adolescenti nel tempo. Il progetto HappyB ha lo scopo di rispondere alla seguente domanda di ricerca: ***Come l'uso dello smartphone e dei social media sono associati nel tempo al benessere concettualizzato in modo positivo, a livello di stato e di tratto ?***

Metodologia

Al fine di cogliere le dinamiche sottostanti, e il loro evolversi nel tempo, questo progetto si basa su un disegno longitudinale. I giovani partecipanti (circa 1600 studenti di quattro licei del canton Ticino – Bellinzona, Mendrisio, Locarno e Lugano 1) sono stati seguiti per un anno e mezzo. Lo studio ha previsto anche la raccolta dati tramite l'utilizzo dell'applicazione Ethica, installata sullo smartphone dei partecipanti. All'inizio dello studio, al fine di raccogliere dati qualitativi, sono stati svolti due focus group con gli studenti del Liceo Cantonale di Mendrisio e di Bellinzona. HappyB comprende due studi: uno studio longitudinale tramite un questionario Qualtrics ripetuto per 3 volte a distanza di 6 mesi ed uno studio longitudinale intensivo tramite Ethica, utilizzata per 14 giorni con 3 misurazioni al giorno. Il disegno dello studio è riportato in Figura 1.

¹<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwipgorm9OuCAxV01glHHSrMATMQFnoECA4QAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.unicef.ch%2Fit%2Fmedia%2F2919%2Fdownload&usq=AOvVaw3F-w3N2-ioPjG1LZoqN6Mg&opi=89978449>



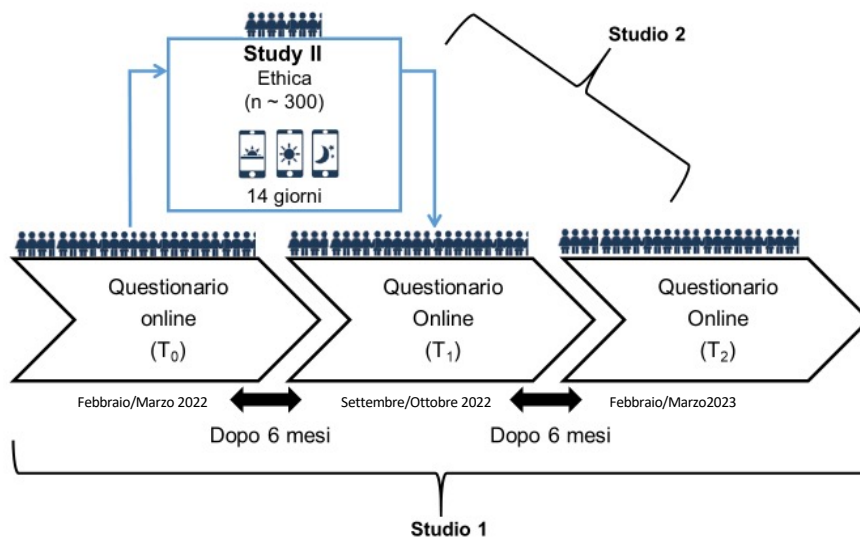


Figura 1: il disegno dello studio

Le misurazioni

HappyB vuole indagare il **benessere** e l'uso di **smartphone e social media**. Prima di mostrare i risultati, occorre fare una breve descrizione di questi concetti.

In primo luogo, la psicologia positiva può esserci di aiuto per proporre una definizione chiara di benessere. Questa branca della psicologia spiega che esistono due tipi di benessere: il benessere edonico (da ἡδονή «piacere») ed il benessere eudaimonico (εὖ «bene» e δαίμων «demone; sorte»). Queste due forme di benessere si interconnettono nel concetto di «Flourishing», definito come un generale senso di crescita e prosperità, e recentemente proposto come possibile indicatore unico di benessere. L'attuale prospettiva edonica si concentra sul benessere soggettivo (Subjective Well-Being), definito come l'intersezione tra la soddisfazione della vita (componente cognitiva) e l'umore positivo e negativo (componente affettiva), che determinano la felicità. Al contrario, la visione eudaimonica, si concentra sul benessere psicologico (Psychological Well-Being), definito come uno stato che va oltre la semplice presenza di felicità e include invece l'attuare le proprie potenzialità attraverso la realizzazione del proprio *daimon*, cioè della propria vera natura. Il benessere eudaimonico include: Autonomia, Crescita personale, Auto-accettazione, Senso della vita, Competenza, Connessione sociale, e Autenticità.

In secondo luogo, per quel che concerne gli smartphone ed i social media, è bene suddividere questi concetti in tipi di utilizzo e processi. L'**utilizzo** comprende: profili sui social media, accesso e tipo di attività su smartphone e social media, pervasività dello smartphone durante la giornata, uso problematico dei social media, regole di utilizzo, e tempo oggettivo speso. I **processi** uniscono le seguenti misure: esperienze positive e negative, self-disclosure, comparazione sociale, ispirazione vs invidia, e sensazioni legate all'uso dei social media

La popolazione studiata

Le raccolte dati sono state eseguite nell'arco di un anno e sono state suddivise in 3 tempi distinti (si veda Figura 2). Al Tempo 1 (misurazione in primavera 2022) hanno partecipato ben 1'432 adolescenti con un'età media di 15.84 anni (59% femmine e 41% maschi) suddivisi in primo (55.1%) e secondo (44.9%) anno di liceo. Al Tempo 2 (misurazione in autunno 2022) sono stati studiati 1'177 partecipanti tra cui maschi (39%), femmine (59%) e persone non-binarie (2%) con un'età media di 16.58 anni. Gli studenti erano iscritti al primo, secondo e terzo anno di liceo. L'ultima misurazione è stata eseguita al Tempo 3 (primavera 2023) su 1'027 liceali di età media di 16.93 anni e di genere maschile (39%), femminile (59%) e non binario (2%). I partecipanti frequentavano il primo (1.5%), secondo (58.1%) e terzo (40.4%) anno di liceo.



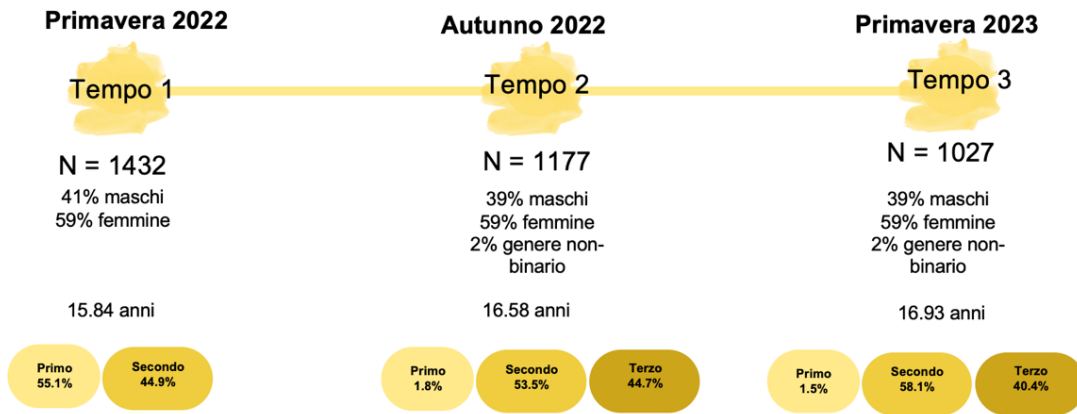


Figura 2: i tre tempi delle misurazioni e la popolazione studiata

Lo studio si è rivolto agli studenti di quattro licei cantonali situati sul territorio ticinese (si veda Figura 3).

La raccolta dati ha visto partecipare gli studenti del Liceo Cantonale di Bellinzona (24.1% ha partecipato al Tempo 1, il 26.6% al Tempo 2 ed il 28.1% al Tempo 3). Il secondo liceo preso in considerazione è il Liceo Cantonale di Locarno, dove il 24% degli studenti ha partecipato al Tempo 1, il 22.9% al Tempo 2 ed il 19% al Tempo 3. Al Liceo Cantonale di Lugano 2 sono state effettuate il 28.2% di misurazioni al Tempo 1, il 27.1% al Tempo 2 ed il 27% al Tempo 3. Infine, il Liceo Cantonale di Mendrisio ha incluso il 23.7% delle misurazioni al Tempo 1, il 23.4% al Tempo 2 ed il 25.9% al Tempo 3. Le osservazioni sono state equamente distribuite in tutto il canton Ticino, il campione rispetta la percentuale di liceali che sono presenti in Ticino con background e provenienti da località differenti.

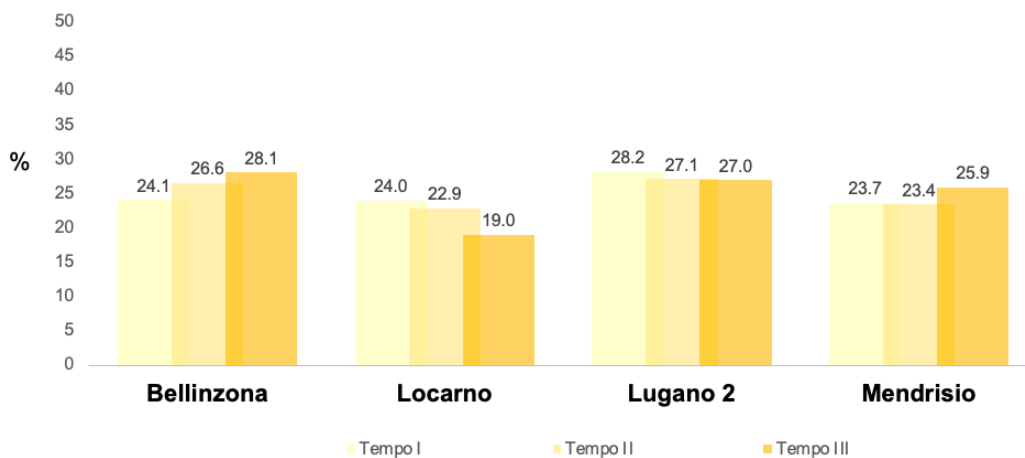


Figura 3: le quattro sedi di liceo studiate



Risultati principali

Il benessere

Nel seguente capitolo vedremo i risultati ottenuti dalla ricerca di HappyB per quel che riguarda il Benessere di tipo edonico ed eudamoinico rilevato per i ragazzi dei quattro licei analizzati. I diversi risultati sono suddivisi in sei sezioni: le emozioni, la felicità, la soddisfazione di vita, il benessere eudamoinico, il supporto sociale, e la solitudine.

Il benessere edonico: le emozioni

Le emozioni degli adolescenti studiati sono piuttosto diversificate. In primo luogo, al Tempo 1 gli adolescenti identificano le loro emozioni in modo positivo, definendosi felici, allegri e di buon umore. In questo caso, si può notare una differenza di genere: gli adolescenti di sesso maschile sono più felici e meno tristi rispetto alle femmine del campione. Rispettivamente, al Tempo 2 gli adolescenti maschi del campione sono maggiormente felici, allegri e di buon umore, mentre le femmine riportano livelli di felicità, allegria, e buon umore minori. Le persone non binarie hanno dei livelli di infelicità più elevati. Una differenza simile tra i generi si riscontra anche al Tempo 3, con maschi con livelli maggiori di emozioni positive, e femmine e persone non-binarie con livelli più bassi.

È dunque importante ricordare che, in adolescenza, il genere ha un impatto sui processi di sviluppo (biologici, cognitivi o sociali) che si ripercuotono sulle emozioni degli adolescenti.

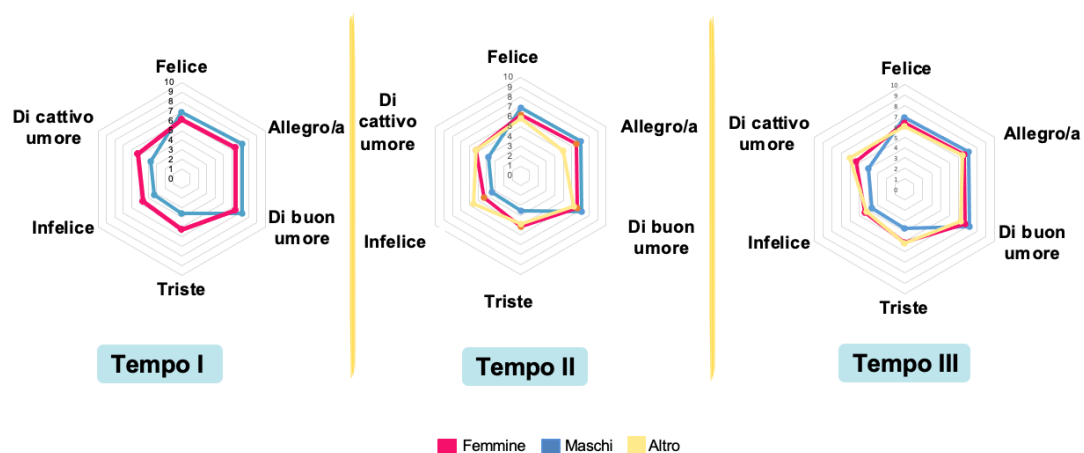


Figura 4: emozioni positive e negative nel tempo

Il benessere edonico: la felicità

Nella seguente condizione, è stato chiesto ai giovani di rispondere alla “Subjective Happiness Scale” (Iani et al., 2014) e di posizionarsi su una scala da 1 “Per niente” a 7 “Moltissimo”.

I risultati (si veda Figura 5) mostrano che al Tempo 1, le femmine ed i maschi del campione sono complessivamente felici, con una percentuale maggiore di risposte in disaccordo riguardante la felicità da parte delle femmine.

Al Tempo 2, la situazione resta pressoché invariata dal tempo 1. Le persone non binarie sono maggiormente meno inclini a rispondere che sono felici.

Infine, al Tempo 3, i ragazzi di genere maschile sottoposti al questionario hanno risposto per l’ 85.5% in accordo con le affermazioni della Subjective Happiness Scale. Per quel che concerne le risposte delle ragazze di sesso femminile al Tempo 3, il 76.3% si reputa felice e dunque presentano un buon



benessere edonico. In ultima istanza, i soggetti non binari presentano in gran misura un benessere edonico inferiore in quanto il 37.5% circa ha risposto in totale disaccordo con le domande della scala.

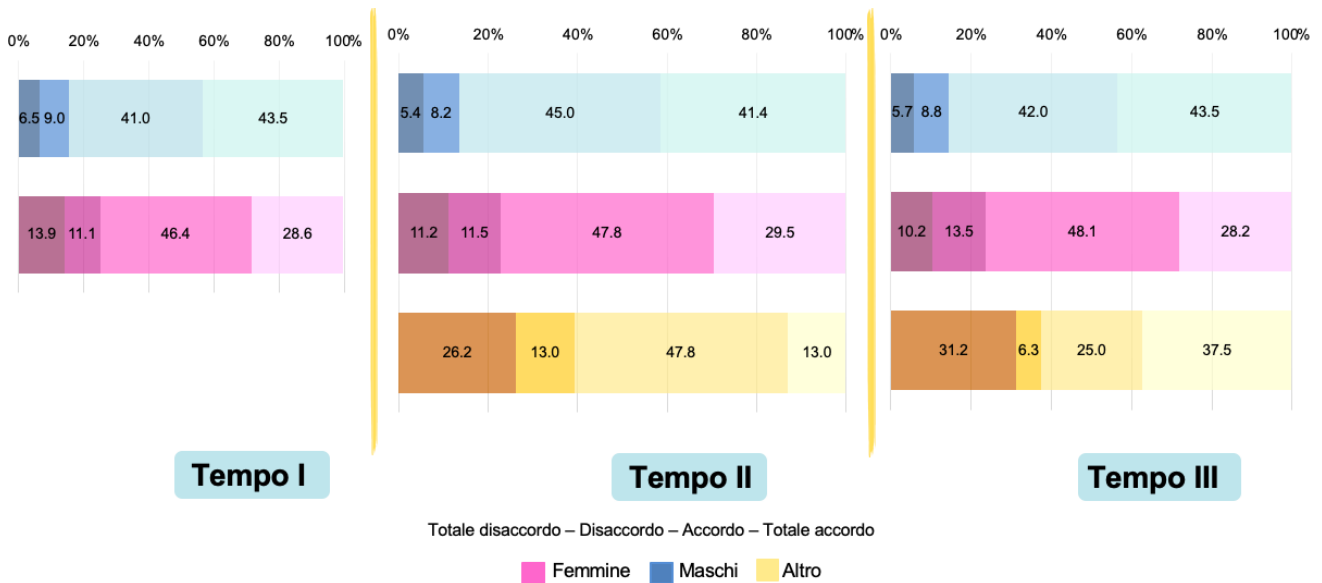


Figura 5: il benessere edonico e la felicità

Il benessere edonico: la soddisfazione di vita

In questa sezione i risultati riflettono le risposte fornite a delle domande riguardanti la soddisfazione di vita (si veda Figura 6). Per esempio è stato chiesto di rispondere alla seguente affermazione “Per la maggior parte la mia vita si avvicina al mio ideale” su una scala da 1 “Completamente in disaccordo” a 7 “Completamente in accordo”. In primis, è possibile osservare che i ragazzi sono mediamente più soddisfatti della propria vita rispetto alle ragazze ed alle persone non binarie. Queste differenze di genere si ripetono nei tre tempi.

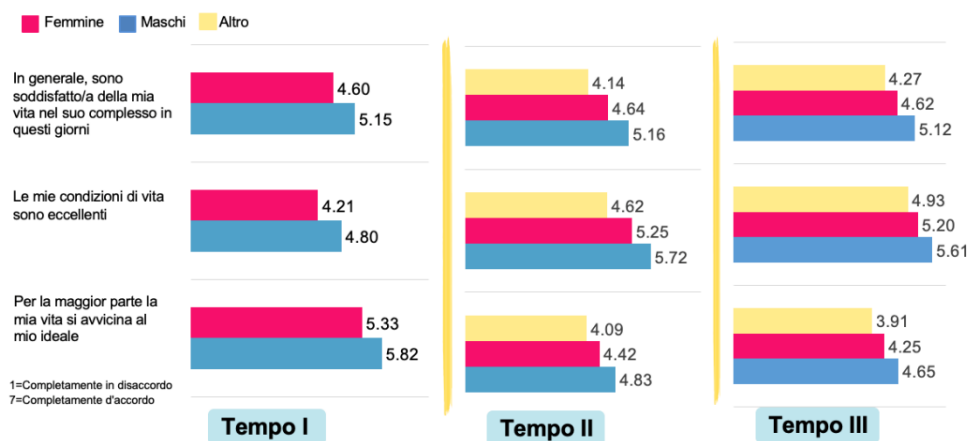


Figura 6: la soddisfazione di vita

Il benessere eudaimonico

Il benessere eudaimonico si differenzia dal benessere edonico, e viene inteso come il benessere psicologico che si raggiunge con la realizzazione del Sé. Per misurare il benessere eudaimonico sono qui riportati quattro indici:



- **Padronanza ambientale:** descrive la capacità di scegliere o creare un ambiente adatto alla propria condizione psichica come elemento centrale del benessere, che include anche la capacità di partecipare in modo significativo e attivo con l'ambiente come estensione del sé.
- **Relazioni positive:** descritte come la presenza di empatia e affetto e la capacità di provare amore, amicizia profonda, e creare relazioni strette con gli altri.
- **Auto-accettazione:** intesa come la capacità di conoscere sé stessi, e percepire in modo accurato le nostre azioni, motivazioni, e sentimenti. Questa dimensione include una consapevolezza a lungo termine non solo dei nostri punti di forza ma anche delle nostre debolezze.
- **Autenticità:** intesa come la capacità di sentirsi in contatto con il vero Sé e riuscire ad allineare le proprie azioni con emozioni e sentimenti vs. sentirsi estranei e distaccati dal proprio Sé.

La Figura 7, descrive un complessivo livello maggiore di benessere per i ragazzi, in particolare al Tempo 2, in cui riportano un livello nettamente superiore alle femmine ed alle persone non binarie in padronanza ambientale. Questa dimensione può essere rilevata rispondendo alle seguenti affermazioni: *“In generale ho la sensazione di padroneggiare la situazione in cui mi trovo”* e *“Sono molto bravo/a a gestire le molte responsabilità della vita quotidiana”*. Inoltre notiamo che le persone non binarie presentano un minore livello di autenticità (qui descritto come “alienazione” da sé). Le affermazioni che corrispondono all'autenticità sono le seguenti: *“Mi sento come se non conoscessi me stesso/a molto bene”* e *“Non mi sento in contatto con “il vero me/la vera me”*. Le persone non binarie hanno risposto in accordo con queste affermazioni, mentre maschi e femmine si trovano descritti meno da queste affermazioni. Di fatto, questo elemento mostra ancora una volta che le persone non binarie hanno un livello di benessere nettamente inferiore rispetto ai ragazzi e per alcune dimensioni anche rispetto alle ragazze.

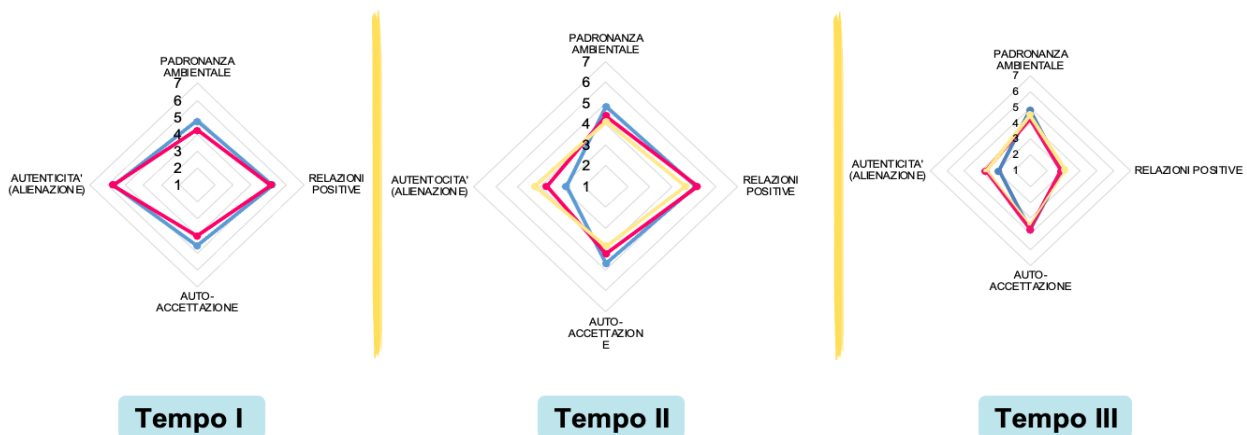


Figura 7: il benessere eudaimonico

Il benessere sociale: il supporto sociale

Per misurare il supporto sociale, state utilizzate le seguenti affermazioni *“Ci sono persone a cui posso chiedere aiuto quando ne ho bisogno”*, *“Ci sono persone che mi stanno vicino e mi incoraggiano”* e *“Ci sono persone che mi considerano una brava persona”*. I ragazzi e le ragazze dovevano indicare da 1 *“Completamente in disaccordo”* e 7 *“Completamente in accordo”* quanto queste affermazioni descrivevano loro. I risultati mostrano che maschi e femmine dichiarano di avere un buon supporto sociale sia al Tempo 2 che al Tempo 3. Tuttavia, per le persone non binarie il grado di benessere sociale è minore.



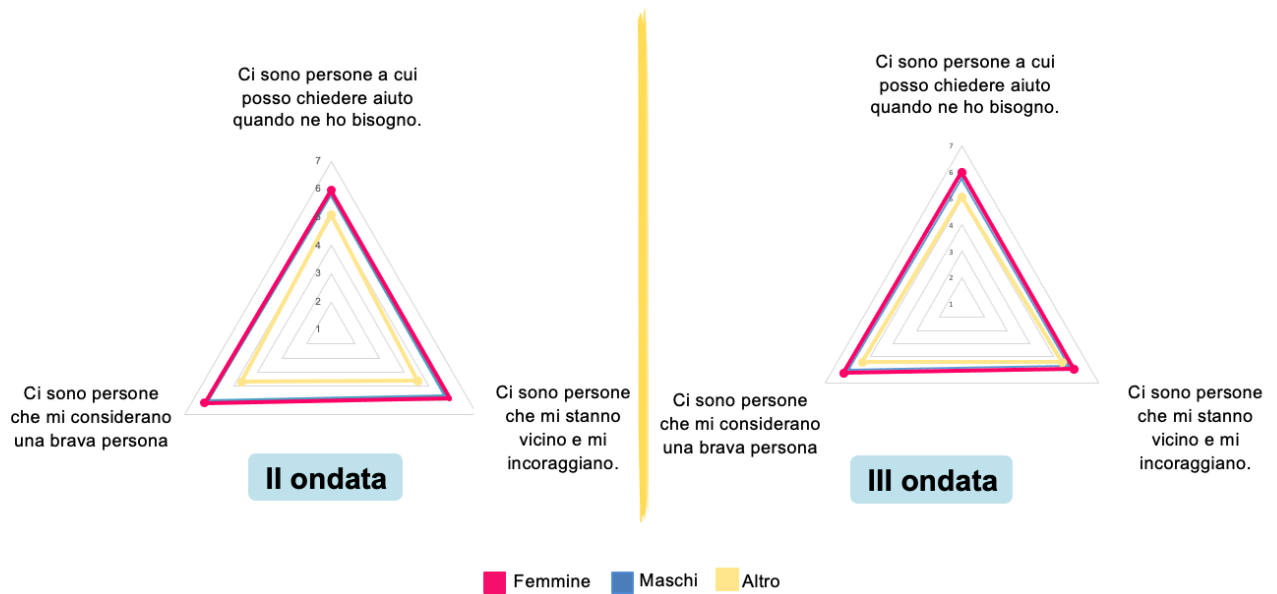


Figura 8: il supporto sociale

Il benessere sociale: la solitudine

Il benessere sociale è stato poi misurato attraverso la dimensione della solitudine. In particolare, è stato chiesto agli studenti e alle studentesse di indicare da 1 “*Completamente in accordo*” e 7 “*Completamente in disaccordo*” quanto le seguenti affermazione descrivessero la loro percezione della solitudine: “*Mi sento solo/a*”, “*Mi sento spesso lasciato/a in disparte*” e “*Non c’è nessuno che mi capisca veramente*”. In linea con i risultati precedenti, si può affermare che le persone non binarie presentano un livello minore di benessere, in questo caso riferiscono di sentirsi molto sole. Per quanto riguarda le risposte delle femmine, possiamo notare che, specialmente al Tempo 3, rischiano di sentirsi lasciate in disparte. Le ragazze si situano molto vicino ai risultati delle persone non binarie. I maschi invece presentano in generale un livello minore di solitudine.

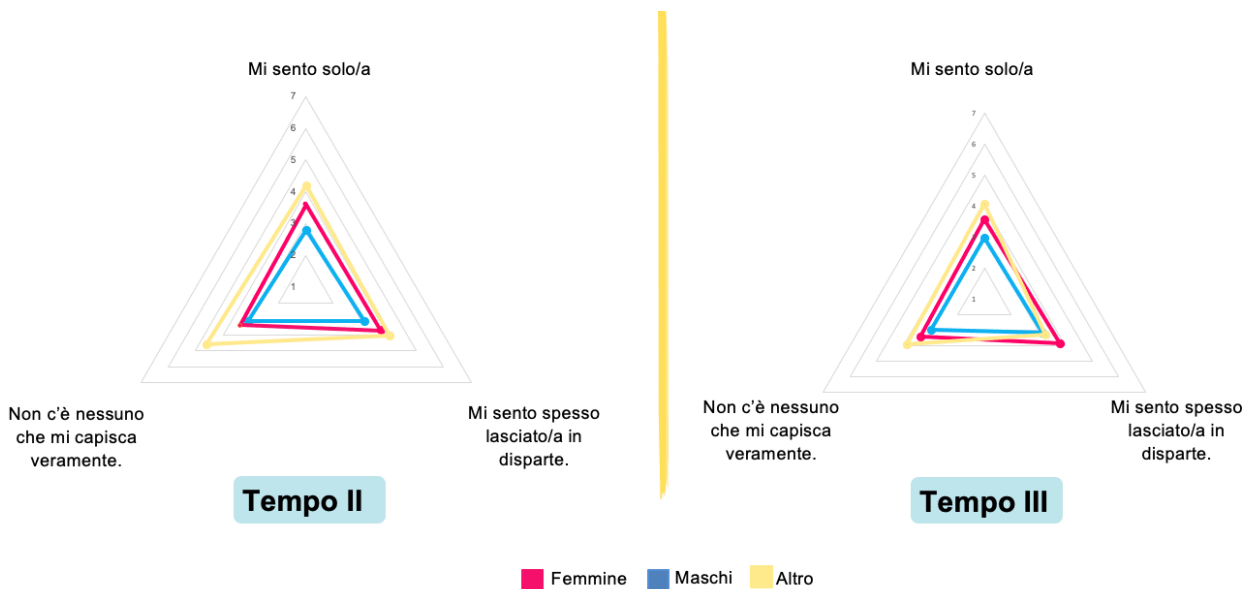


Figura 9: la solitudine



Uso dello smartphone e dei social media

Profili sui social media

Per comprendere quali siano i social media più usati tra i giovani, è stato chiesto di indicare quali profili sui social media possedevano e usavano. Dai risultati si evince che l'App più utilizzata tra i giovani a tutti i tempi delle misurazioni è **WhatsApp** (App di messaggistica), al secondo posto si trova **Instagram** con il 92% di giovani che lo possiedono. Al terzo posto si posiziona YouTube con in media l'88% dei ragazzi del campione che possiedono un profilo su questa piattaforma. In seguito, si trova il social media cinese TikTok con il 66% dei giovani, Pinterest, SnapChat, Telegram, Twitch, Discord, Twitter e altri social. L'elemento che colpisce maggiormente è che all'ultimo posto si classifica Facebook, questo indica che i ragazzi nati dopo il 2006 non considerano e non utilizzano questo social media.

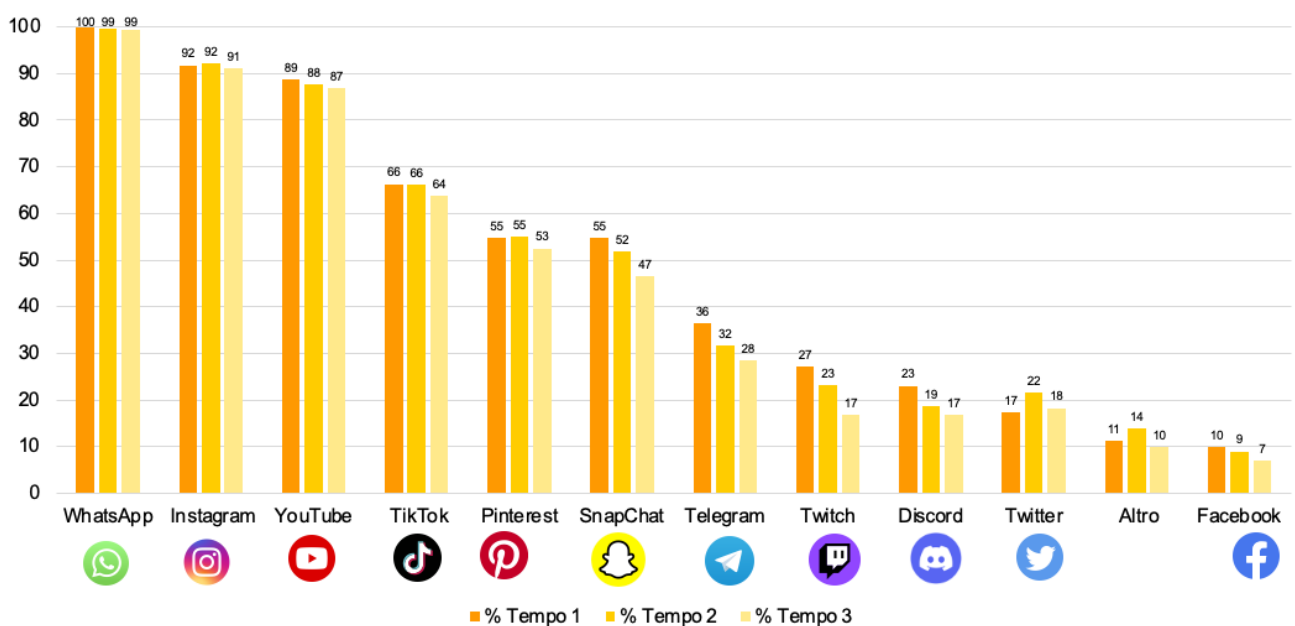
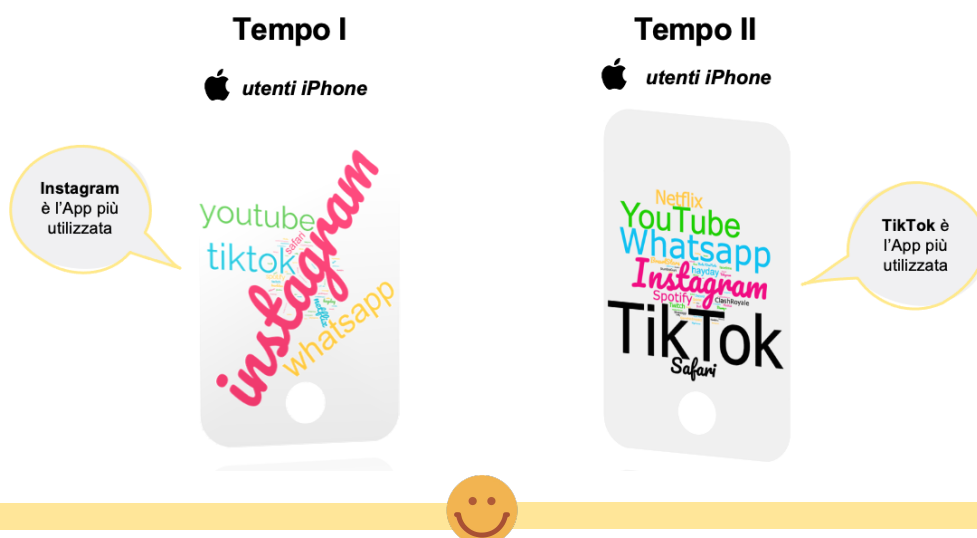


Figura 10: i social media più utilizzati dagli adolescenti

Le App più utilizzate

A questo punto dell'analisi occorre precisare che le preferenze dei giovani studenti ticinesi cambiano in modo repentino. A questo proposito, l'applicazione più utilizzata dagli utenti che utilizzano iPhone al Tempo 1 dello studio era Instagram mentre al Tempo 2 (6 mesi dopo) era TikTok.



Il caso di “F-Instagram”

Durante lo svolgimento dei focus group preliminari è emerso un singolare fenomeno frequente tra i giovani svizzeri che viene chiamato Finsta, con questa espressione si intende un account «fake» su Instagram su cui le persone pubblicano ciò che hanno troppo timore di postare sul proprio profilo reale. “Finstagram non è ancora un argomento dibattuto tra gli adolescenti in Svizzera; sembra che questa tendenza non ci abbia ancora raggiunto” è stato osservato in un articolo il 23 febbraio 2021². Tuttavia, nel 2022, i dati mostrano che più della metà dei giovani possiede due o più profili sullo stesso social al fine di pubblicare contenuti per un pubblico riservato.

Facendo una media fra i tre tempi di osservazione, di chi ha un profilo Instagram, circa il 37% dei giovani possiede solo un profilo, il 37% ne possiede due ed il 22% dei giovani possiede due o più profili su questo social (si veda Figura 11).

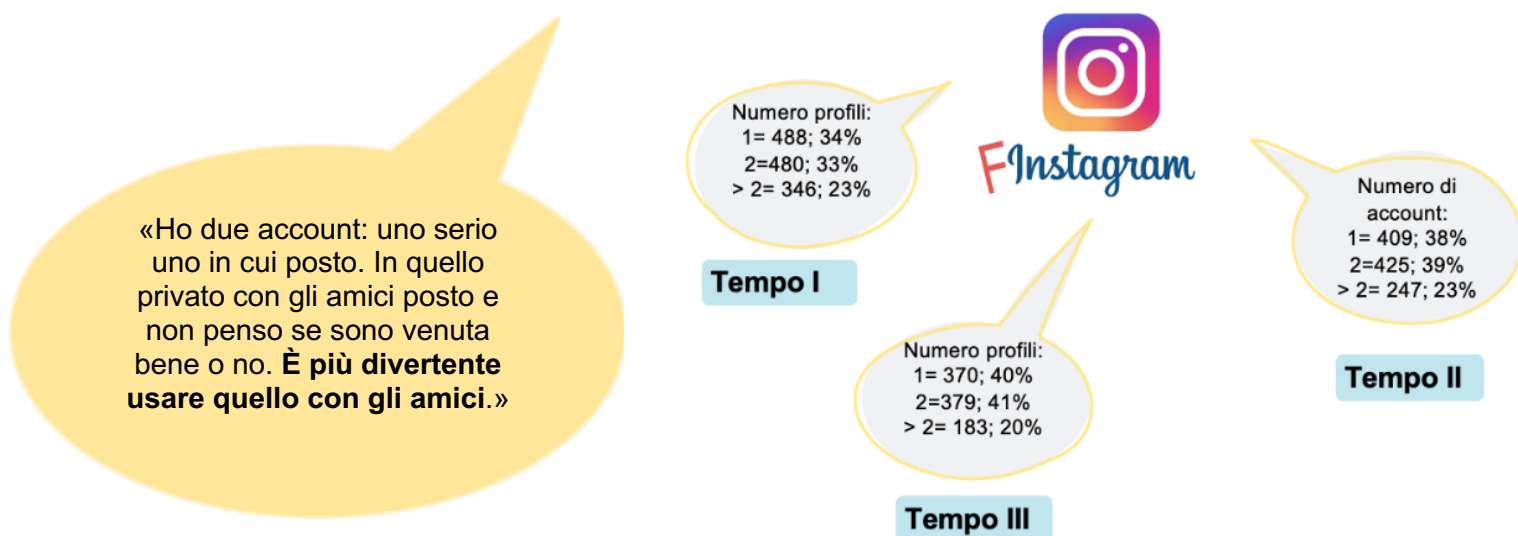


Figura 11: numero di profili su Instagram

Attività sui social media

Per quel che riguarda le attività svolte sui social media dai giovani ticinesi, occorre evidenziare il fatto che ciò che viene compiuto maggiormente sui social media può cambiare nel tempo (si veda Figura 12). A questo proposito, l'attività più frequente sui social al Tempo 1 è quella di guardare i video (es. YouTube, Real, TikTok) e inviare messaggi privati agli amici più stretti. Diversamente, al Tempo 2, l'attività svolta maggiormente sui social è quella di mandare messaggi privati agli amici stretti e postare aggiornamenti/foto/storie di luoghi/ interessi e hobby. Al Tempo 3 spiccano invece queste attività: guardare video brevi e mandare messaggi privati agli amici più stretti. Il risultato generale che emerge analizzando questi dati consiste nell'affermare che come attività sui social media, i giovani ticinesi guardano video e inviano messaggi agli amici più stretti.



² <https://www.swisscom.ch/it/magazine/digitalizzazione/finstagram-brufoli-al-posto-dei-filtri/>



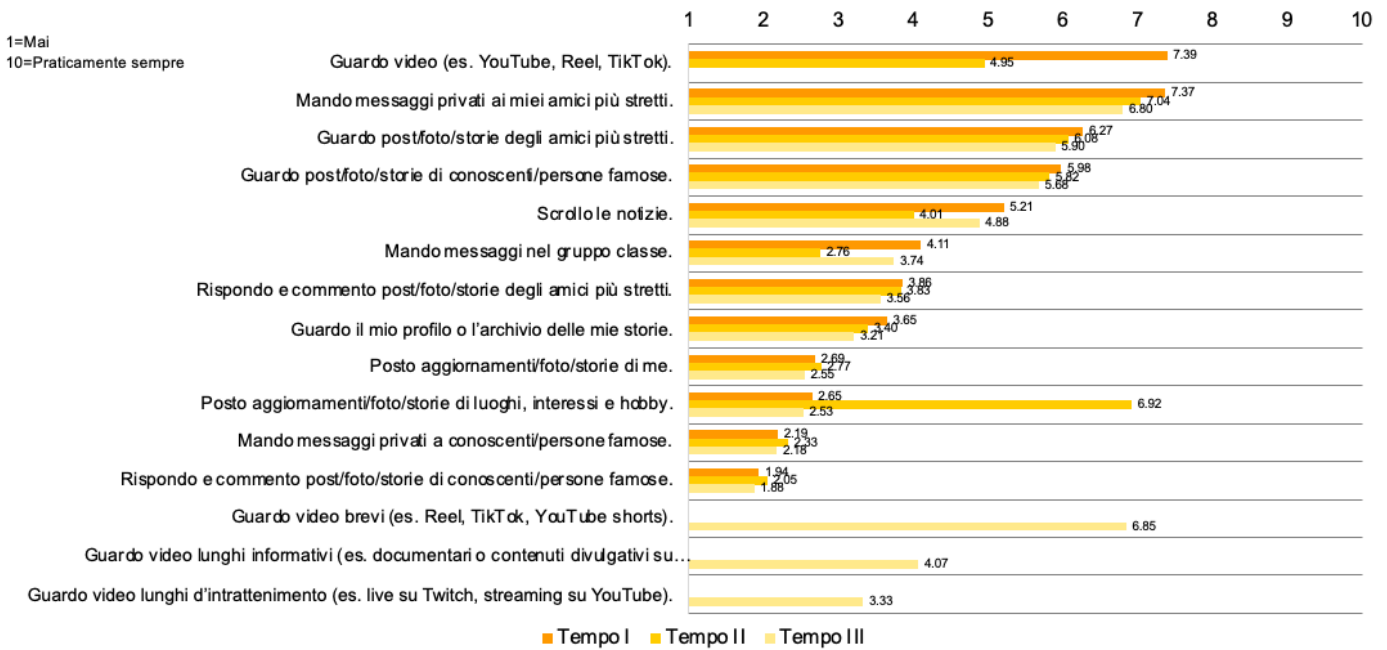
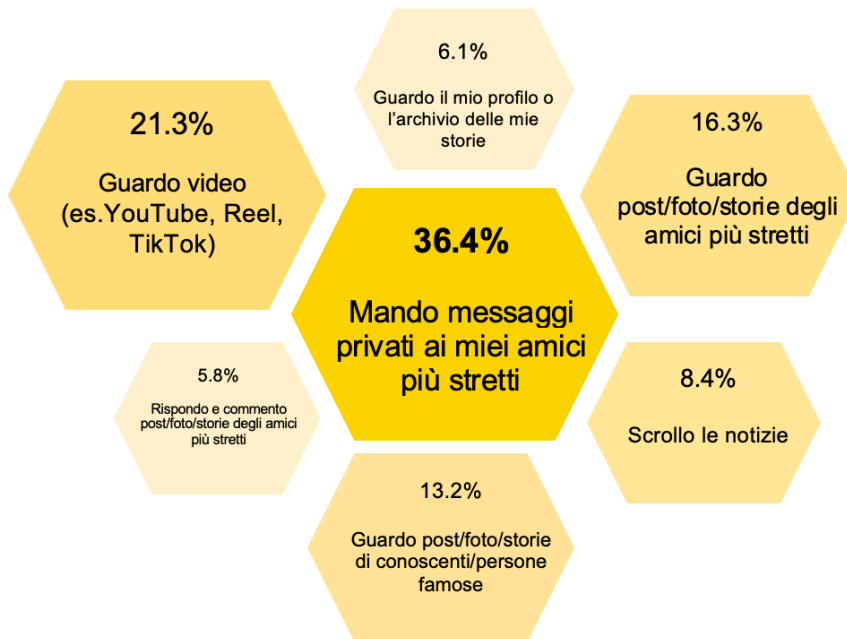


Figura 12: le attività svolte sui social media

Di seguito si trova una rappresentazione grafica delle attività svolte maggiormente sui social media. In particolare, le riposte sono state raccolte su una scala da 1 “Una volta al mese” e 10 “Praticamente Sempre”. Nei quadranti sono riportate la % di giovani che ha riportato di svolgere queste attività da “piu volte all’ora” a “praticamente sempre”. Queste osservazioni sono state misurate al Tempo 1, su un campione di 1'432 giovani ticinesi.



Attività sullo smartphone

Allo scopo di avere una maggior visione delle attività svolte sullo smartphone, è stato chiesto quanto spesso svolgono le attività piu comuni su una scala da 1 “Una volta al mese” e 10 “Praticamente Sempre”. Analizzando i dati, è emerso che le attività che svolgono maschi, femmine e persone non binarie cambiano nel tempo, ma non sono state osservate grandi differenze di genere. Tuttavia è possibile affermare che le femmine controllano di più i messaggi/le notifiche e fanno videochiamate,



mentre i ragazzi giocano di più. Controllare i messaggi e le notifiche è l'attività maggiormente svolta sullo smartphone. In seguito, risulta che ascoltare la musica sullo smartphone è altrettanto frequente. Un'altra attività svolta di frequente è fare o ricevere chiamate e guardare serie TV e/o film (es. Netflix). Invece, l'attività svolta meno di frequente sullo smartphone è fare o ricevere videochiamate (si veda Figura 13).

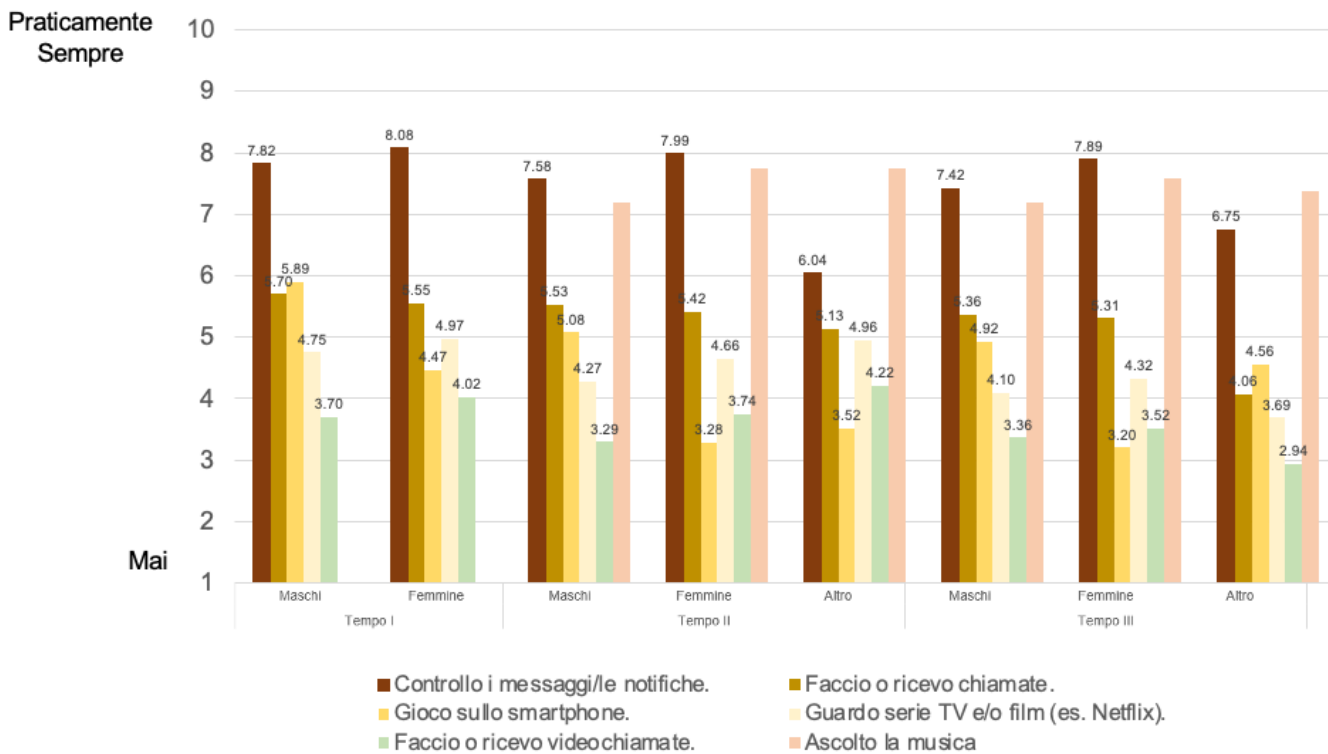
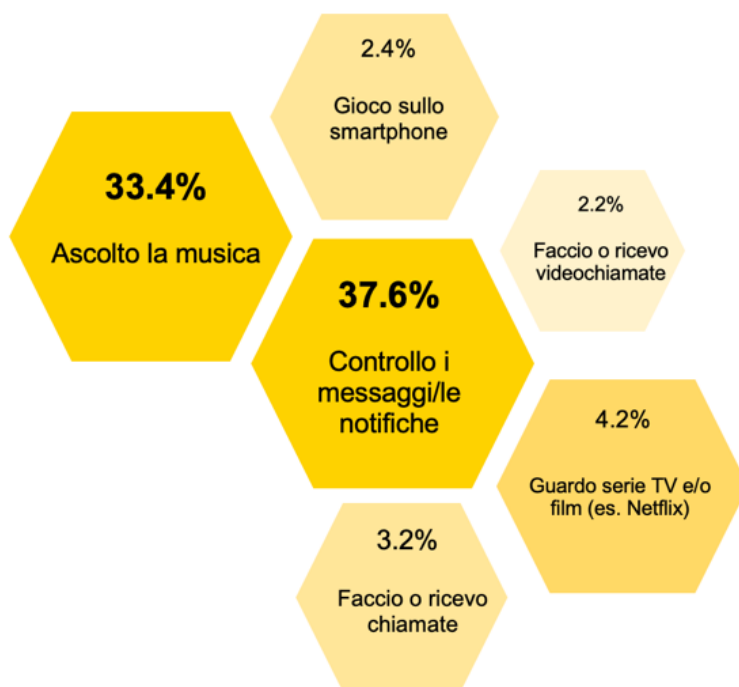


Figura 13: le attività svolte sullo smartphone

Di seguito si trova una rappresentazione grafica della % di giovani che svolge le attività sullo smartphone da "piu volte all'ora" a "praticamente sempre". Queste osservazioni sono state misurate al Tempo 2, su un campione di 1'177 giovani ticinesi



Pervasività dello smartphone

La pervasività è una misura dell'uso problematico dello smartphone e si focalizza sulla frequenza di utilizzo in specifici momenti della giornata (ad esempio durante lo studio, la notte, i pasti) (Gerosa et al., 2021³). Per misurare questo fenomeno è stato chiesto ai ragazzi e alle ragazze di indicare quanto spesso utilizzano lo smartphone nelle situazioni della vita quotidiana i su una scala da 1 “Mai” e 5 “Sempre”. Gli studenti e le studentesse dei quattro licei presi in considerazione affermano di utilizzare spesso lo smartphone al mattino, appena si svegliano, e mentre studiano. In misura minore, utilizzano lo smartphone mentre passano il tempo con gli amici, di notte se si svegliano e durante i pasti. La pervasività dello smartphone non cambia nel tempo, infatti le risposte fornite sono restaste stabili nelle tre misurazioni (si veda Figura 14).

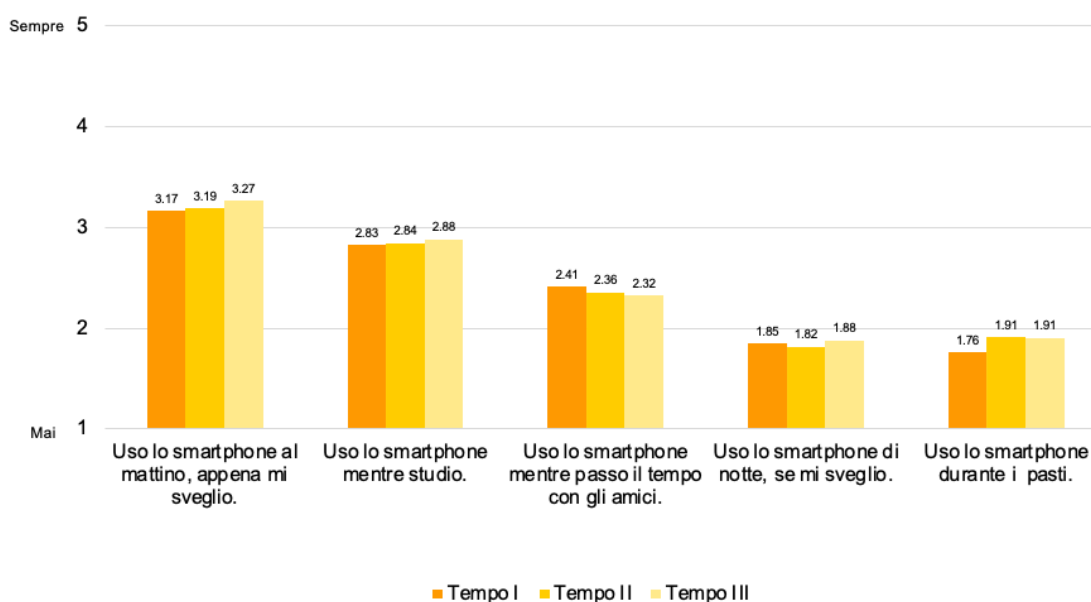


Figura 14: la pervasività dello smartphone

Benessere e social media

Interpretazione dei risultati

Per rispondere alla domanda: “**che tipo di attività su smartphone e social media è legata a maggior versus minor benessere?**” è stata calcolata una correlazione in tutti i tre tempi tra il benessere misurato come Thriving e le varie attività online. Questa relazione verrà descritta tramite la correlazione che nel campo della statistica è usata per misurare la relazione tra due variabili con un range da 0 a ± 1 . In particolare, una correlazione positiva indica che, all'aumentare di una variabile (es. uso dei social media), anche l'altra aumenta (es. benessere). Una correlazione negativa indica che all'aumentare di una variabile, l'altra diminuisce. La grandezza dell'effetto varia e sarà interpretata nel seguente modo: 0.1 = effetto piccolo, 0.3 = effetto medio, 0.5= effetto grande. La grandezza della correlazione è qui calcolata come indipendentemente da genere, stato-socio economico e anno di liceo frequentato (per evitare effetti confondenti).

³ Gerosa, T., Gui, M., & Büchi, M. (2022). Smartphone use and academic performance: a pervasiveness approach beyond addiction. *Social Science Computer Review*, 40(6), 1542-1561. <https://doi.org/10.1177/08944393211018969>



Nel presente studio, le due forme di benessere, edonico e eudaimonico sono state rappresentate dal concetto di “**Thriving**”⁴ definito come un generale senso di crescita e prosperità, e recentemente suggerito come possibile indicatore unico di benessere. Di seguito si trovano le dimensioni e le affermazioni rappresentative delle stesse che sono state utilizzate per misurare questo concetto.



Uso problematico dei social media

“Quando l’uso di Internet, smartphone e social media può definirsi problematico?” Per rispondere a questo quesito è importante soffermarsi sul concetto di dipendenza patologica, come anche descritto dal libretto “Smartphone: alleato o nemico?” scritto dalla Dr. Laura Marciano nel progetto “Let’s Science!” di IBSA Foundation for scientific research⁵. La “dipendenza digitale” è racchiusa nelle **dipendenze comportamentali**, come giocare d’azzardo, giocare ai videogiochi, utilizzare Internet e tanti altri. Tuttavia, non essendoci una diagnosi vera e propria, si tende a parlare di “uso problematico” dei social media, piuttosto che dipendenza in senso stretto.

La dipendenza da Internet è un sintomo che può essere ricondotto ad un altro problema psicologico sottostante. In seguito, è importante distinguere due tipi di dipendenza da Internet: l’**uso patologico specifico** e l’**uso patologico generalizzato**. Per il primo, si considera che le persone sono dipendenti da specifiche funzioni della rete (es. shopping online) e che sia il risultato di un problema psicologico pre-esistente. Invece, per uso patologico generalizzato si intende un insieme di comportamenti che assomigliano ad una dipendenza includendo un uso eccessivo e multidimensionale della rete – incluso l’uso problematico di social media.

⁴ Su, R., Tay, L., & Diener, E. (2014). The development and validation of the Comprehensive Inventory of Thriving (CIT) and the Brief Inventory of Thriving (BIT). *Applied psychology. Health and well-being*, 6(3), 251–279. <https://doi.org/10.1111/aphw.12027>

⁵ Marciano L., Camerini A.L. (2022). Lo smartphone: alleato o padrone? Consigli per una vita digitale sana e bilanciata. “Let’s Science”: IBSA Foundation for scientific research. Carocci editore. <https://www.ibsafoundation.org/it/publicazioni/collane#lets-science>



L'uso problematico dei social media dei giovani ticinesi è stato misurato tramite dieci domande, i soggetti dovevano indicare quanto le affermazioni proposte descrivevano il loro utilizzo dei social media da 0 "Completamente in disaccordo" a 10 "Completamente in accordo" facendo riferimento agli ultimi sei mesi. I risultati mostrano dei valori complessivamente costanti nei tre tempi di misurazione e una correlazione negativa con il benessere (si veda Figura 15). L'affermazione che ha una correlazione maggiormente negativa con il benessere e che ha una grandezza dell'effetto medio-grande è "Uso i social media per evitare/fuggire dalle emozioni negative". In seguito, le affermazioni che risultano importanti e con un effetto medio sono "Ho speso sempre più tempo sui social media per ottenere lo stesso piacere di prima" e "Sono stato/a meno interessato/a a partecipare ad altre attività come gli hobby a causa dei social media".

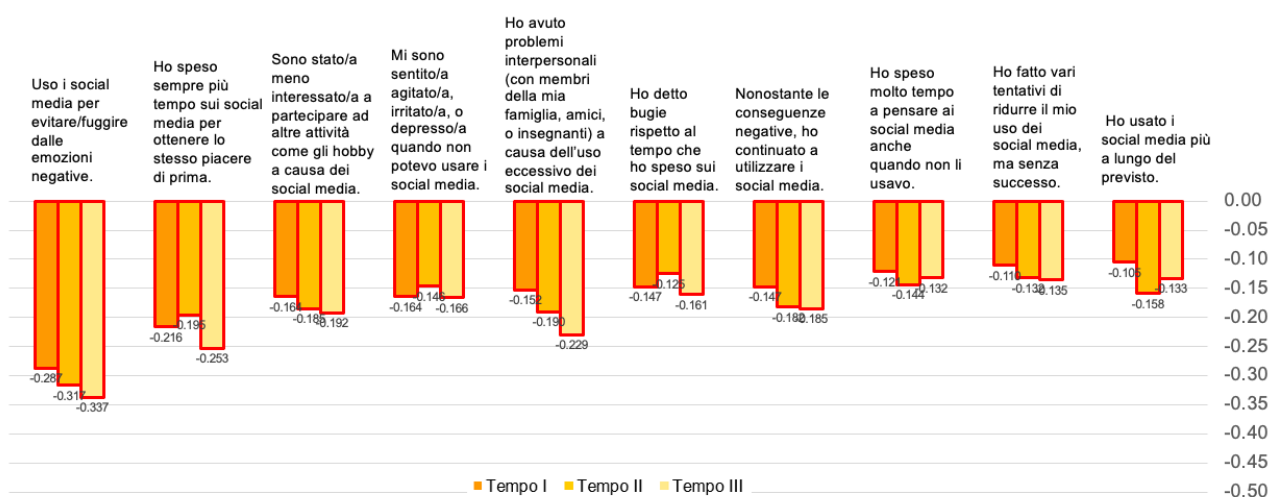


Figura 15: Correlazioni tra uso problematico dei social media e benessere (Thriving)

Di seguito si riscontrano le attività correlate con il benessere che sono statisticamente significative e stabili nei tre tempi delle misurazioni:

- 😊 **Correlazione piccola:** Le attività sui social media che correlano positivamente - ma con un effetto piccolo - con il benessere sono: Mandare messaggi nel gruppo di classe; Scrollare le notizie; Mandare messaggi privati agli amici più stretti; Rispondere e commentare post/foto/storie degli amici più stretti; Guardare post/foto/storie degli amici più stretti
- 😊 **Correlazione piccola-media:** Fare o ricevere chiamate e Fare o ricevere videochiamate sono correlate positivamente (effetto piccolo-medio) con il benessere dei giovani. Invece, Guardare serie TV e/o film (es. Netflix) è correlato negativamente con il benessere.
- 😊 Le seguenti affermazioni di invidia positiva e ispirazione sono correlate positivamente con il benessere con degli effetti piccoli-medi: "Sui social media, se noto che una persona è messa meglio di me... Mi sento ispirato/a e Cerco di migliorarmi"; "Sui social media, se noto che io sono messo/a meglio in qualcosa rispetto agli altri... Mi sento d'ispirazione per gli altri e cerco di aiutare gli altri a migliorarsi".
- 😊 **Correlazione media:** I seguenti modi di comunicare informazioni su di sé sono correlati positivamente (effetto medio) con il benessere: Essere onesti con gli amici più stretti quando si esprime qualcosa su di sé; Esprimere il proprio stato d'animo ed i propri sentimenti con gli amici più stretti.



- 👤 **Correlazione media-grande:** La pervasività nell'utilizzo dello smartphone correla negativamente con il benessere dei e delle giovani ticinesi. In questo caso si riscontrano degli effetti medio-grandi. In particolare, usare lo smartphone mentre si studia, di notte, durante i pasti e appena svegli sono associati maggiormente a un benessere minore.
- 👤 Le seguenti affermazioni che indicano un uso problematico dei social media sono correlate negativamente con il benessere con degli effetti medio-grandi: *“Uso i social media per evitare/fuggire dalle emozioni negative”*; *“Ho speso sempre più tempo sui social media per ottenere lo stesso piacere di prima”*; *“Sono stato/a meno interessato/a a partecipare ad altre attività come gli hobby a causa dei social media”*
- 👤 Inoltre, le seguenti affermazioni che riflettono il confronto sociale sono correlate negativamente con il benessere con effetti medio-grandi: *Quando guardo post/foto/storie degli altri sui social media, pensi che... “Gli altri hanno delle condizioni di vita migliori delle mie” e “Gli altri stanno meglio di me”.*

Esperienze sociali online

Dai risultati precedenti si mostra che i processi psicologici e quello che accade online sono più importanti e hanno relazioni maggiori con il benessere rispetto alla semplice informazione sul tipo di attività. In particolare, da ulteriori risultati (si veda Figura 16) emerge che le esperienze sociali online sono correlate positivamente o negativamente al benessere con effetti medio-grandi.

Per quel che concerne le attività che sono correlate positivamente al benessere dei giovani ticinesi si trovano: *“Appartenere a gruppi di persone con interessi simili”*; *“Avere persone che credono nell'individuo e nelle sue abilità”*; *“Essere incoraggiato/a da qualcuno quando sentiva che voleva mollare”*; *“Avere persone che si complimentano dei propri traguardi”*; *“Quando la persona si sente sola, avere persone con cui parlare”*.

Al contrario, le esperienze sociali correlate negativamente al benessere sono le seguenti: *“Le persone considerano poco le emozioni dell'individuo”*; *“Sentirsi indesiderato/a”*; *“Non sentirsi importante o essere ignorato/a dagli altri”*; *“Sentirsi escluso/a dagli altri”*. Da notare: le correlazioni rimangono stabili in tutti e tre i tempi.

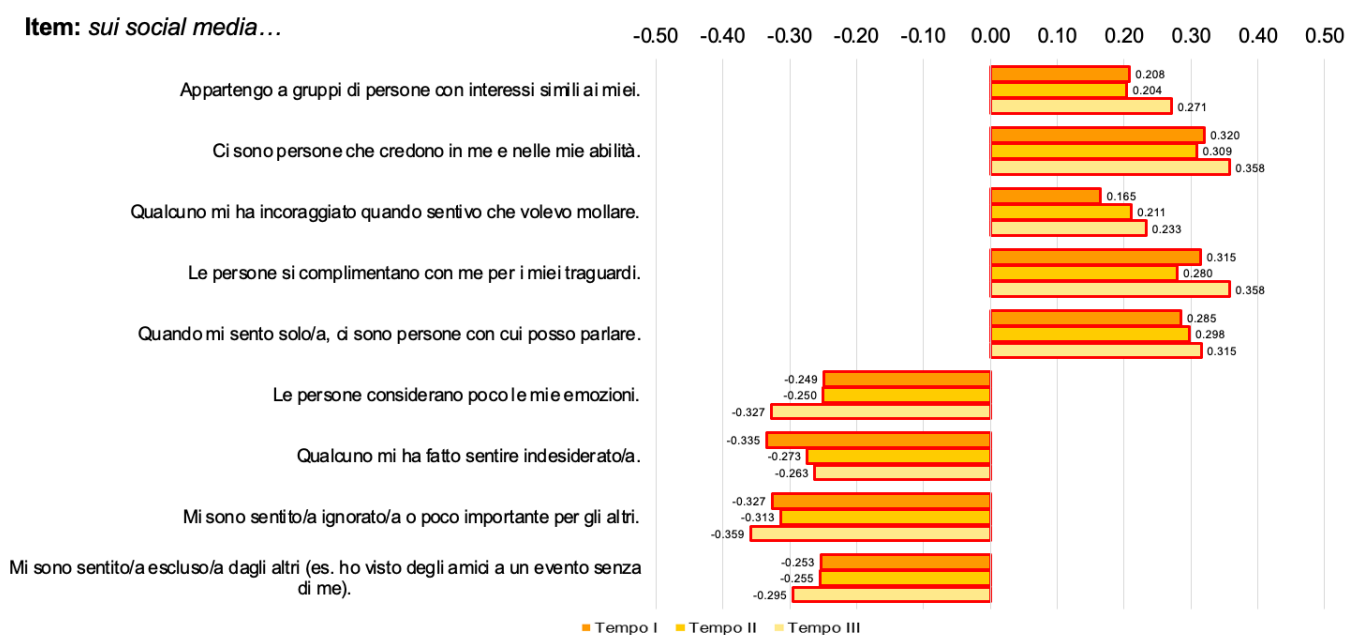


Figura 16: le esperienze sociali online



Insight dai focus group



Amicizia online versus offline

Di seguito sono elencati gli aspetti positivi e negativi delle relazioni online che sono emersi durante i focus group svolti all'inizio dello studio al liceo di Mendrisio e Bellinzona:

- ☞ I giovani intervistati sembrano essere consapevoli che le relazioni sociali intrattenute online non rispecchino la realtà delle relazioni offline: il numero di follower non corrisponde al numero di amici veri
- ☞ I ragazzi notano delle incongruenze tra quanto si cerca di far apparire online e ciò che si è
- ☞ I giovani hanno riferito di preferire confronti di persona piuttosto che online soprattutto quando si tratta di chiarire incomprensioni

«La relazione vera è quella fisica. I social possono essere utili. Si finiscono le scuole... con i social ci si continua a scrivere e si mantengono le relazioni.»

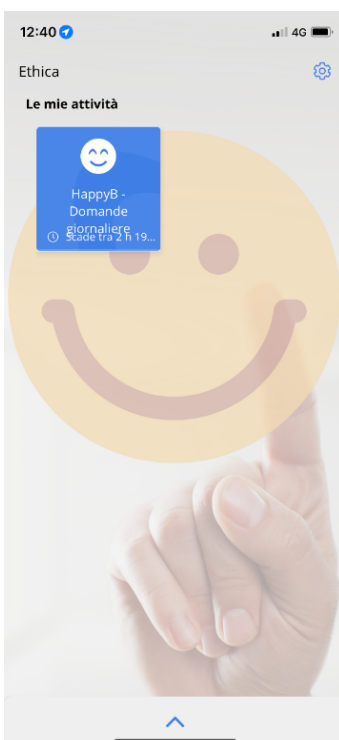
”

«Su insta 2000 follower, si immagina che è pieno di amici e poi alla fine è solo. Può creare un po' un inganno.»

”

«Ho 1000 follower su Instagram. Ho 4 o 5 amici veri. Non ho chiesto io di seguire. Insta non rispecchia davvero quello che siamo. Ho 300 follower in quello privato.»

Dati collezionati tramite Ethica



L'applicazione **Ethica** (ora Avicenna) è stata presentata tramite un video su YouTube in classe e i ragazzi sono stati invitati a installare l'Applicazione sui propri dispositivi.

Ethica traccia in maniera automatica se lo schermo dello smartphone è acceso o spento e il livello di batteria. Inoltre, questa applicazione colleziona dati tramite brevi sondaggi: un questionario del benessere giornaliero, un questionario del benessere serale ed un questionario sull'uso dei social media. Al fine di incentivare i giovani alla compilazione, è stato implementato un reward system interno all'applicazione con delle medaglie. Per le prime tre medaglie era previsto un buono Migros per ciascun partecipante.



Delle 476 persone invitate a partecipare, 372 hanno scaricato l'applicazione e 319 persone hanno proseguito il giorno successivo. Delle 372 persone che hanno scaricato Ethica sul proprio smartphone, il 37% (n=136) erano ragazzi, mentre il 63% (n=233) erano ragazze con un'età media di 15.71 anni e che frequentavano il liceo di Bellinzona (58%) e di Mendrisio (40%).



I giovani partecipanti che hanno deciso di aderire a questa raccolta dati hanno compilato un primo questionario al giorno 0, invece dal giorno 1 fino al giorno 14 hanno risposto a questionari sull'uso dei social media (si veda Figura 17). In particolare, veniva chiesto loro di fornire informazioni **tre volte al giorno**: alle h12.00 dovevano rispondere a un questionario sul benessere giornaliero e sull'uso dei social media. Inoltre, alle h12.00 veniva chiesto di inviare gli screenshots sull'utilizzo oggettivo dello smartphone del giorno precedente andando nelle Impostazioni → Uso giornaliero (in particolare, è stato chiesto loro di riportare durata, frequenza di utilizzo, e notifiche ricevute in generale e delle tre app più usate). Alle h18.00 erano invitati a rispondere un questionario sul benessere giornaliero e sull'uso dei social media, infine alle ore h21.00 veniva chiesto loro di rispondere a un questionario sul benessere sull'uso dei social media e sul benessere serale. Al termine della raccolta dati, al giorno 15 i partecipanti erano invitati a compilare un questionario finale.

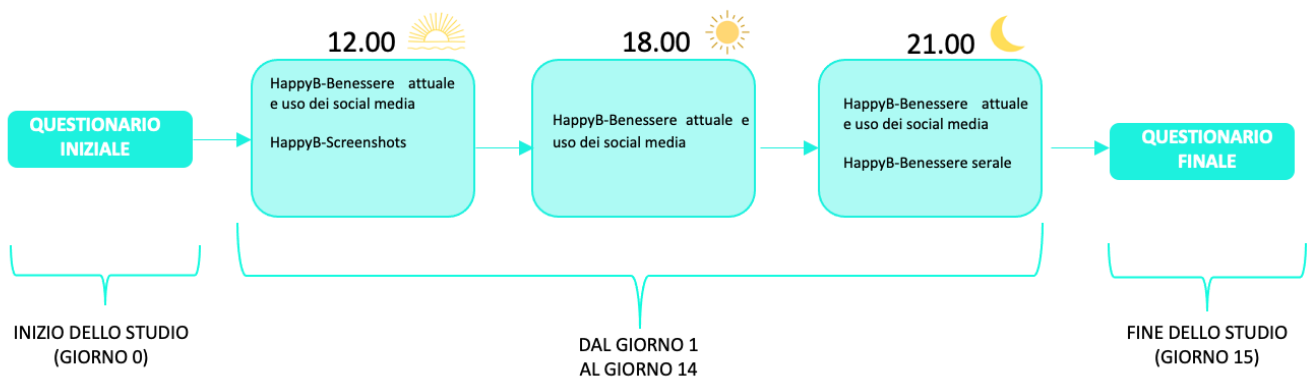


Figura 17: raccolta dati Ethica

Risultati di Ethica

Dalle molteplici osservazioni, è stato possibile correlare la felicità al tempo trascorso a messaggiare per un totale di 9'270 osservazioni. Ai giovani è stato chiesto: *“Nelle due ore precedenti: quanto ti sei sentito/a felice?”*. I partecipanti dovevano rispondere collocandosi su una scala da 0 *“Mai”* a 100 *“Sempre”*. Dalle analisi eseguite risulta che, tra queste due variabili, l'indice di correlazione ammonta a 0.108 ($\rho=0.108$). Questo dato permette di concludere che la correlazione tra i minuti passati a messaggiare e il sentimento di felicità è di grandezza positiva ma piccola, quasi nulla. Di fatto, il tempo che si passa a messaggiare e il sentimento di felicità non hanno un grande effetto sul benessere.

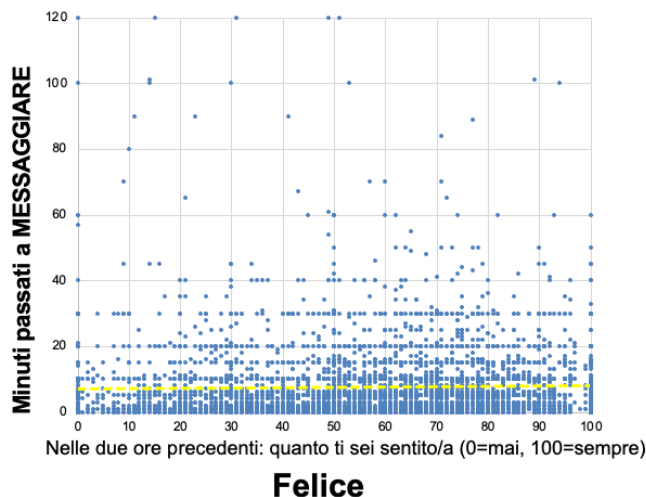


Figura 18: la correlazione tra tempo passato a messaggiare e la felicità



Al fine di indagare maggiormente la relazione tra la felicità ed il tempo trascorso a messaggiare, è stato chiesto ai ragazzi e alle ragazze di riportare maggiori dettagli su ciò che è accaduto online. Ad esempio, è stato chiesto loro “Durante le ultime due ore, sui social media...Qualcuno si è complimentato con te?” e “Durante le ultime due ore, sui social media...Ti sei sentito/a parte di un gruppo?”. Le opzioni di risposta potevano essere “Sì” o “No”, queste risposte sono state analizzate considerando i minuti passati a messaggiare. Dai risultati ottenuti si evince che la relazione tra tempo trascorso a messaggiare e la felicità diventa più grande e positiva se qualcuno si è complimentato con l’individuo oppure se l’individuo si è sentito/a parte di un gruppo. Da questi risultati è possibile concludere che osservare l’attività sui social media non è sufficiente per avere una chiara rappresentazione del benessere online. Ciò che appare importante e maggiormente correlato al benessere è quello che accade a livello sociale.

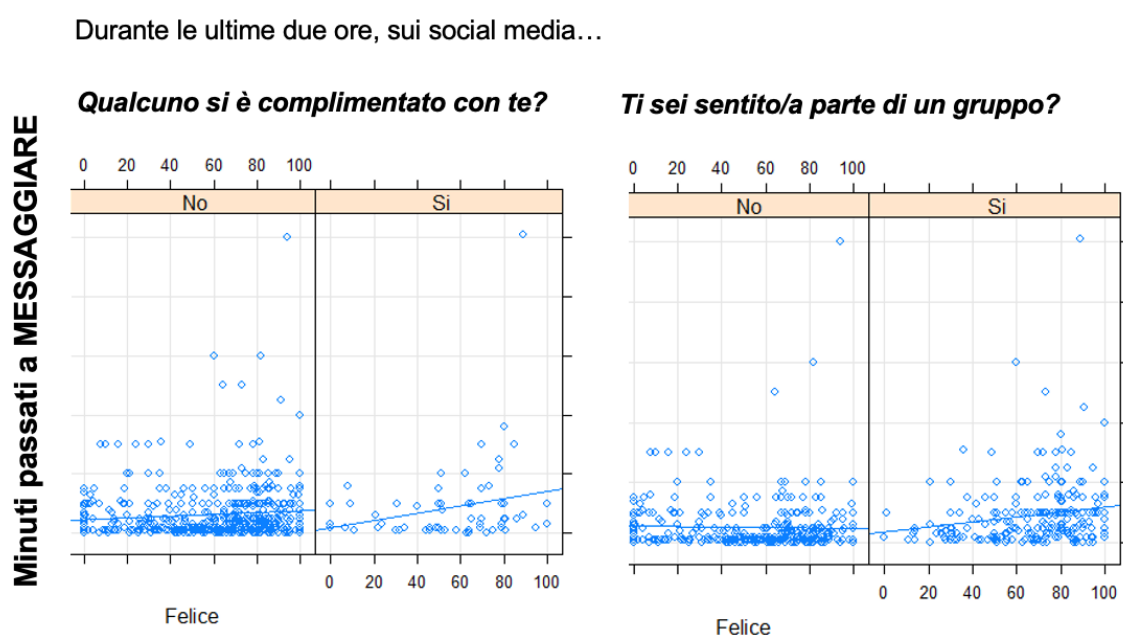


Figura 19: il tempo trascorso a messaggiare e la felicità



Conclusioni

In conclusione, il benessere dei giovani rappresenta un aspetto cruciale da considerare nella società odierna. I risultati ottenuti in questo studio forniscono preziose informazioni che dovrebbero essere interpretate con attenzione.

Innanzitutto, emerge chiaramente la rilevanza delle **differenze di genere nell'adolescenza** nel benessere riportato: i ragazzi presentano un livello di benessere superiore rispetto alle ragazze, mentre le persone non binarie sperimentano livelli di benessere notevolmente inferiori.

In secondo luogo, la costanza di questi pattern nel tempo suggerisce che i dati ottenuti sono affidabili e persistenti, sottolineando l'importanza di considerare questi aspetti nella promozione del benessere dei giovani.

In linea con la letteratura scientifica, le differenze di genere sul benessere sono influenzate dallo sviluppo, incluse differenze genetiche e biologiche, e livelli ormonali. Pertanto, per comprenderli appieno, è fondamentale contestualizzare questi dati considerando anche la fase di sviluppo dei giovani e il loro contesto. Inoltre, anche fattori socio-culturali giocano un ruolo importante per le persone non binarie in quanto possono influenzare sia positivamente che negativamente il loro benessere.

Nell'investigare la relazione tra uso dei social media e benessere è importante andare oltre la semplice descrizione del tipo di attività e guardare ai processi sottostanti. In particolare, tutto ciò che avviene nel mondo sociale - sia di positivo che negativo - è largamente associato al benessere dei giovani. In questo senso, il mondo online può rappresentare un'estensione del mondo offline e delle relazioni reali, con tutti i pro e contro. Per cui è difficile dire "i social media fanno bene o male", ma **dipende dall'utilizzo** che il giovane svolge. Tuttavia, ci sono degli aspetti - come la comparazione sociale, l'uso problematico dei social media, e la pervasività dello smartphone - che sono correlati in modo negativo al benessere in modo consistente. Questi aspetti devono pertanto essere presi in considerazione per lo sviluppo di interventi mirati a migliorare il benessere nei giovani. In sintesi, questo studio offre un contributo significativo alla comprensione del benessere dei giovani, ma sottolinea anche l'importanza di un approccio basato sulla ricerca multidimensionale per sviluppare interventi che possano effettivamente migliorare la loro qualità di vita e il loro benessere complessivo.

Per ulteriori approfondimenti:



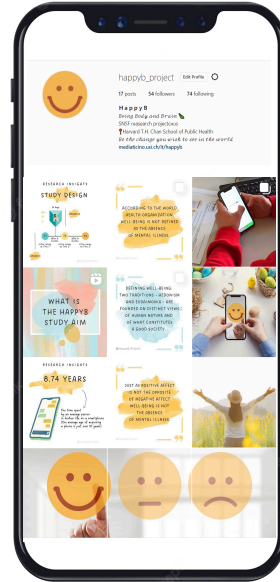
Marciano, L., & Viswanath, K. (2023). Social media use and adolescents' well-being: A note on flourishing. *Frontiers in psychology*, 14, 1092109.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1092109>



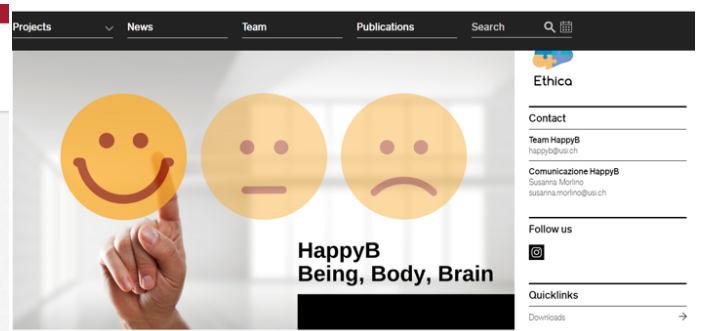
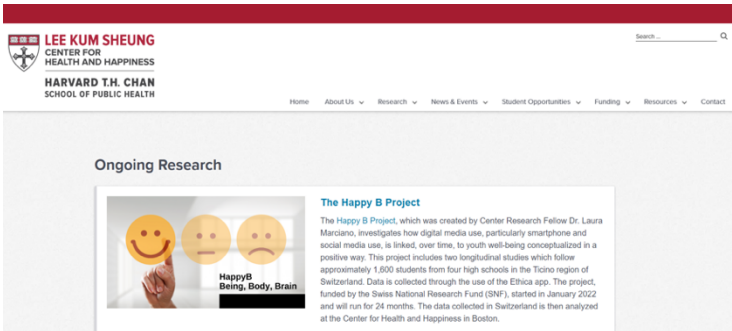
Comunicazione



LET'S SCIENCE!



INSTAGRAM @HappyB_project



HARVARD



USI



I nostri contatti



lmarciano@hsph.harvard.edu
 Laura Marciano, PhD

Laura Marciano ha conseguito una Laurea in Psicologia e un Master in Neuroscienze Cognitive presso l'Università Vita-Salute San Raffaele (Milano, Italia), finendo gli studi con Lode e Menzione ad Honorem.

Ha svolto il suo dottorato di ricerca in Comunicazione sanitaria presso l'USI Università della Svizzera italiana (Lugano, Svizzera), focalizzandosi sulle dipendenze digitali nei giovani. Il suo lavoro di dottorato ha ricevuto il premio per la migliore tesi in Scienze sociali dalla Società degli Accademici Italiani in Svizzera (Ambasciata italiana a Berna).

È attualmente Research Associate all'Harvard T.H. Chan School of Public Health (Boston, USA) presso il [Viswanath Lab](#) e il [Lee Kum Sheung Center for Health and Happiness](#). È inoltre principale responsabile di un nuovo progetto di ricerca finanziato dal National Institutes of Health negli Stati Uniti su uso di social media, relazioni sociali e felicità.

La sua ricerca si focalizza sull'uso di smartphone e social media, benessere, giovani, dipendenze digitali, metodologia di ricerca, interconnessione di psicologia con intelligenze artificiali per la creazione di nuovi interventi. Infine, la Dr.ssa Marciano è promotrice di attività di divulgazione scientifica come membro dell'Advisory board dell'IBSA Foundation for Scientific research a Lugano.



SCHOOL OF PUBLIC HEALTH

Harvard T.H. Chan School of Public Health
 Department of Social and Behavioral
 Sciences
[Lee Kum Sheung Center for Health and
 Happiness](#)

+1 617-582-8025
 Dana-Farber Cancer Institute
 375 Longwood Ave,
 Boston, MA 02115



Università
 della
 Svizzera
 italiana

Facoltà di Biomedicina USI
 Institute of Public Health

+41 58 666 4821
 Lab, Ufficio P200 (Livello P2)
 Via Buffi 13, 6900 Lugano



alessia.rob主iani@unil.ch

Alessia Robbiani

Alessia Robbiani nata e cresciuta in Ticino, ha ottenuto un Bachelor in Psicologia all'Università di Losanna nel 2023.

Attualmente è studentessa al secondo anno di Master in Psicologia Clinica presso l'università di Losanna. La passione per la psicologia ed il benessere dei giovani l'hanno spinta a svolgere un tirocinio di ricerca con il progetto HappyB.

In futuro vorrebbe intraprendere una carriera professionale che le consenta di conciliare pratica clinica e ricerca scientifica.



Faculté des sciences sociales et politiques
 Institut de Psychologie
 +41 762471760

Bâtiment Géopolis
 1015 Lausanne



Ringraziamenti

I più sinceri ringraziamenti sono rivolti a tutti i direttori, docenti, studenti dei licei che hanno partecipato al progetto in tutte le sue fasi.

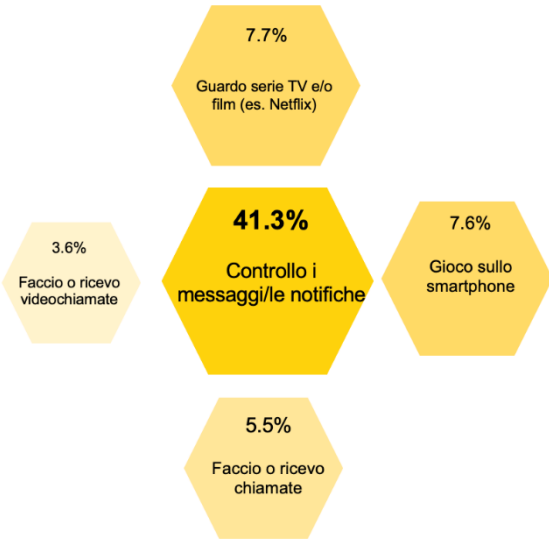
Si ringrazia inoltre il Prof. Peter J. Schulz, Francesco Vanetta, la Dott.ssa Anne-Linda Camerini, Susanna Morlino, Alessia Robbiani e il Prof. Vish K. Viswanath che hanno collaborato al progetto.

Infine, si ringrazia il territorio, in particolare il Dipartimento dell'educazione, della cultura e dello sport (DECS) e la Sezione dell'insegnamento medio superiore (SIMS) che hanno sostenuto il progetto.



Appendice

Quale percentuale del campione svolge le seguenti attività sullo smartphone da più volte all'ora a praticamente sempre al Tempo 1? (N=1'432)



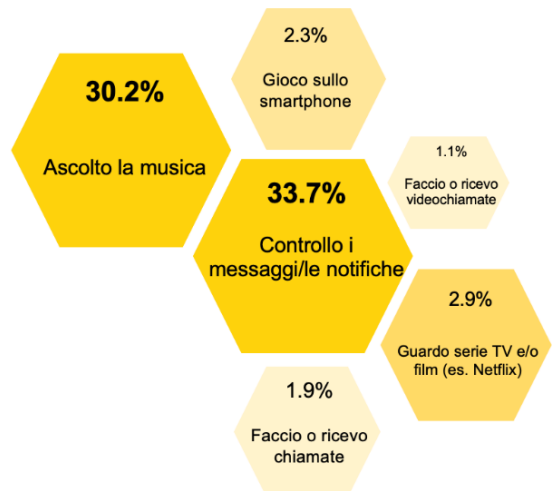
Quale percentuale del campione svolge le seguenti attività sui social media da più volte all'ora a praticamente sempre al Tempo 2? (N=1'177)



Quale percentuale del campione svolge le seguenti attività sui social media da più volte all'ora a praticamente sempre al Tempo 3? (N=1'027)



Quale percentuale del campione svolge le seguenti attività sullo smartphone da più volte all'ora a praticamente sempre al Tempo 3? (N=1'027)



*“All who would win joy,
must share it:
happiness was born a
twin.”*

Lord Byron

