

Università Cattolica del Sacro Cuore - Milano

Facoltà di Scienze Linguistiche e Letterature Straniere

Corso di Laurea in Lingue, Comunicazione e Media



## Social Network e adolescenti: un'analisi psicologica

Relatore: Ch.ma Prof.ssa Francesca Romana Puggelli

Tesi di Laurea di  
Mariagiulia Somenzi  
Matricola 3801549

Anno Accademico 2012 / 2013

## Indice

### Capitolo 1 “ Social Network: un’identità”

#### 1.1 Analisi del fenomeno

#### 1.2 relazioni, responsabilità, esperienza del social network

#### 1.3 Comunicazione e Social Network

### Capitolo 2 “Social Network fra gli adolescenti”

#### 2.1 Adolescenti davanti ai Social Network

#### 2.2 *Mood*, autostima e percezione di sè

#### 2.3 Le conseguenze e influenze legate all’utilizzo

### Capitolo 3 “Il caso *Facebook*”

#### 3.1 relazioni, foto profilo e *status update*

#### 3.2. Impatto e *self-disclosure*

#### 3.3 Cyberbullismo

## Introduzione

“Sostanzialmente un Social Network è un sito (...) dove gli *user* creano e aggiornano un profilo per comunicare informazioni personali agli altri” (Hum et al., 2011, pag. 1829). Indubbiamente i Social Network sono un fenomeno che si sta sviluppando a livello mondiale perché permette di esprimere se stessi, mettersi in gioco e ricevere una sorta di ponte tra il mondo virtuale e reale. Gli adolescenti, sono la fascia d’età che per la maggior parte usufruisce di questo mondo online perché ritrovano in queste reti sociali, un mezzo efficace per lo sviluppo della propria identità. Secondo Arnett (2004) infatti l’adolescenza è “Il tempo dell’esplorazione ed instabilità, un’età focalizzata su sé, l’età delle possibilità”, pag.21. Risulta quindi interessante, da un punto di vista psicologico, la relazione tra il mondo adolescenziale e quello dei network virtuali.

Partendo da un’osservazione generale, viene descritto il fenomeno delle reti virtuali da un punto di vista di utilizzo, relazioni sociali, le responsabilità di cui i network devono farsi carico e le modalità con cui la comunicazione si sviluppa all’interno dei social. In questo modo viene esposto un quadro globale della tematica e risulta maggiormente semplice addentrarsi nello specifico della questione, rapportandola agli adolescenti.

Nel secondo capitolo infatti è descritta la relazione dei teenager con i social virtuali: viene delineato a caratteri generali il rapporto, per poi essere analizzato nel dettaglio, legando i Social Network agli stati d’animo degli adolescenti, alla loro autostima e percezione di sé; Persino la religione è stata campo d’indagine. Per concludere questa seconda parte, sono state esposte le conseguenze a cui gli adolescenti possono venire incontro usufruendo di tali mezzi.

Nella terza parte della tesi viene esposta la rete sociale più utilizzata dagli adolescenti oggi: *Facebook*. Quest’ultima fase si focalizza su alcune particolarità che caratterizzano il network quali le foto profilo e gli status, frasi che racchiudono pensieri personali condivisibili nel proprio profilo. Nella seconda parte viene descritto l’impatto generato da questa rete virtuale e in particolar modo si mostra come vi sia una correlazione tra *Facebook* e quel senso di apertura verso gli altri utenti. Un’analisi del cyberbullismo è stata condotta, in conclusione a quest’ultimo capitolo, focalizzandosi sulla natura del fenomeno, la prevenzione e una serie di processi e autorità importanti che possono risultare significative al fine di affrontare una tematica così delicata come quella del bullismo online. La rilevanza che ha questo fenomeno è stata sottolineata da Straude-Muller, Hansen, and Voss (2012) rimarcando che “un’aggressione ad una vittima in un Social

Network con l'aggiunta di diffamazione e calunnia, è molto più grave di una molestia sessuale e verbale" (pag.271).

La tesi è stata sviluppata non soltanto definendo i differenti fattori psicologici che entrano in gioco in una correlazioni tra Social Network, ma anche esponendo svariati esperimenti condotti da sociologi e professori, al fine di concretizzare ciò che nell'analisi si è voluto affrontare.

## CAPITOLO 1

### “Social Network: un’identità”

#### 1.1 Analisi del fenomeno

Analizzare un Social Network significa focalizzarsi sulle interrelazioni tra individui.

Le definizioni di interazione e comunicazione di cui tutti siamo a conoscenza, possono non essere così ben definite in una rete sociale: la classica definizione di comunicazione in cui ritroviamo un individuo che risponde ad un altro, non si pone allo stesso modo, ad esempio, nei web forum: si ritrova invece, come affermano i due psicologi McDonald e Gibson (1998), una struttura più complessa perché il messaggio viene inviato da un gruppo e ricevuto da un gruppo.

A proposito dell’interazione invece, Beuchot e Bullen (2005) la categorizzano secondo tre differenti dimensioni: interazione attiva quando il messaggio non si riferisce ad altri messaggi, reattiva quando il messaggio si riferisce ad altri messaggi precedenti, interattiva quando i messaggi sono legati fra loro e i messaggi successivi si ricollegano ai messaggi precedenti.

Secondo Martinez (2003) l’interazione è “ un’azione che influenza o può influenzare un processo di collaborazione. La principale condizione perché un’azione possa essere considerata una possibile interazione sta nel fatto che l’azione stessa o il suo effetto può essere percepito da almeno un membro del gruppo, differenziato da colui che ha compiuto l’azione” (pag.380).

Tra comunicazione ed interazione, la seconda, si precostituisce come elemento fondamentale per i Social Network: secondo Jung, (2002) rafforza la fiducia e l’appartenenza verso gli altri, soprattutto nei primi stadi di formazione di un gruppo, riducendo in tal modo il sentimento di solitudine dell’individuo.

All’interno degli studi dei *Social Network* è possibile utilizzare software come *Ucinet*, *NetMiner* o *Synergeia Log Miner* tramite i quali è possibile analizzare l’interazione fra individui e il loro ruolo all’interno di una comunità.

L’informazione ricavata riguardo l’interazione dipende tuttavia dal tipo di social utilizzato: inserire un messaggio in *threaded-discussion* forum o in un *sequential web* forum è nettamente diverso. Nel primo caso, troviamo l’alternanza di messaggi e risposte. Nel secondo caso gli utenti leggono tutti i messaggi inviati e infine mandano le loro risposte.

Questi tipi di interfaccia sono di particolare rilevanza per l’analisi dei *Social Network*. Non è infatti

semplice prendere in considerazione il messaggio inviato al gruppo, a chi sia davvero rivolto.

Un altro limite riguarda il fatto che in una *sequential forum* non è possibile identificare chi abbia letto o meno i messaggi; caratteristica che invece è possibile rilevare in una *threaded-discussion*.

Il fenomeno dei *Social Network*, nel corso degli anni, ha sempre più popolato la vita degli adolescenti tanto da essere diventati una questione che merita di essere approfondita: nel New England, infatti, sono stati pubblicati due libri come linee guida per affrontare l'ondata dei social. Si tratta di "*MySpace: Helping Your Teen Survive Online Adolescence*" di Candice Kelsey e "*Me, MySpace, and I: Parenting the Net Generation*" di Larry Larson.

Motivi principali di queste pubblicazioni sono il desiderio di proteggere i propri figli da questi siti e il fatto che la ricerca scientifica abbia preferito deviare dal compito di aiutare la comunità ad affrontare il sempre più frequente uso dei Social Network da parte degli adolescenti.

Il libro di Kelsey descrive innanzitutto cosa sono i social, ne rimarca gli effetti psicologici (cyberbullismo, uso di droga etc.) e infine propone alcuni consigli per i genitori, per far sì che possano proteggere i loro figli da internet.

Simile è il secondo libro di Larson che si focalizza trattando di *Facebook* e rimarcando anche qui conseguenti problemi psicologici e consigli per i genitori.

Entrambi i libri offrono vari spunti di riflessione per la ricerca. In particolar modo rimarcano quella che è l'influenza dei Social Network nella crescita degli adolescenti e inducono così la ricerca a formulare ipotesi d'introspezione. Oppure potrebbero risultare utili nel caso gli studiosi siano loro stessi genitori preoccupati, non abbastanza informati e/o pratici riguardo le reti sociali.

I Social Network sono uno strumento che tutti continuano ad usare. Secondo il professor Deci (1975), docente di psicologia all'università di Rochester, le ragioni che spingono le persone a continuare ad utilizzare questo tipo di tecnologia sono sostanzialmente intrinseche ed estrinseche: riguardano sia l'utilizzo stesso del mezzo sia i vantaggi che si possono ricavare dall'utilizzo del mezzo. Si tratta quindi ragioni di piacere (intrinseche) e utilità (estrinseche).

Davis spiega la "*usefulness*" in termini di condizione che porta una persona a credere che compiendo un certo percorso migliorerebbe la sua attività lavorativa.

Moon e Kim riportano (2001) invece la definizione di *enjoyment* il piacere che sente un individuo comportandosi in un certo modo o svolgendo una certa attività.

Secondo Katz e Shapiro (1985) si potrebbe parlare di esternalità della rete: l'utilità di ogni consumatore aumenta con il numero di altri consumatori che acquistano la stessa marca o specificazione di prodotto. Nel corso del 2008 questo concetto si è ampliato fino ad arrivare a

parlare di esternalità della rete diretta e indiretta: nel primo caso i clienti sono identificati con gli utenti che usufruiscono di un servizio, nel secondo caso si verifica quando il servizio è largamente disponibile e ciò crea un aumento di utenti che si rivolgono a quel mezzo virtuale.

Quando un'esternalità di rete indiretta presenta un prodotto in cui vi siano più strumenti a supporto di esso, tale rete espande la richiesta e aumenta i profitti.

Il fatto che nei Social Network gli individui siano direttamente coinvolti, è una caratteristica che li differenzia dai gruppi sociali. In questi ultimi infatti non è necessaria l'interazione perché il gruppo possa funzionare autonomamente.

In base al tipo di relazione che viene instaurata all'interno possiamo distinguere diversi tipi di Social Network:

1. *Personal Network* che comprendono i membri di una famiglia o gli amici
2. *Friendship Network, Family Network e work-related Network* che si focalizzano sul *Subnetwork*.

Ci sono due teorie che rimarcano quanto le reti sociali possano cambiare il corso della vita.

La prima teoria è di Carstensen (1991,1992,1995) si denomina come "teoria della selettività socioemozionale".

Kahn ed Antonucci (1980) invece formulano la "teoria del convoglio sociale". Queste teorie trattano di cambiamenti simili derivanti tuttavia da cause differenti.

Carstensen (1994) afferma che durante l'adolescenza è maggiore un approccio alla conoscenza e all'informazione; diversamente, nell'età adulta ciò a cui si mira sono le relazioni e le emozioni.

L'interazione, perciò tra amici e conoscenti diminuisce a parte dall'adolescenza, mentre nell'età adulta cresce con la famiglia, gli amici e amici di famiglia. La teoria di Kahn ed Antonucci (1980) sostiene che le persone mantengono una serie di relazioni sociali che durano per tutta la vita come un convoglio, cioè compagni di viaggio nel corso della vita. Inoltre rimarca che le relazioni più intime sono solitamente più stabili e durature rispetto a delle relazioni meno intime come quelle fra collaboratori. Ne consegue che le relazioni più strette sono meno soggette al cambiamento rispetto a quelle più distaccate.

I vari eventi che si succedono nella vita (biologici, sociali, fisici) possono essere categorizzati come regolari (eventi che accadono comunemente, come ad esempio il matrimonio) e irregolari (eventi che accadono più raramente, come ad esempio la lotteria).

Tali eventi possono cambiare il social: il matrimonio ad esempio espande la rete sociale di due coniugi perché i loro amici si aggiungono alla loro rete. Al contrario, nel momento in cui si diventa genitori, il Social Network passa in secondo piano.

## 1.2. Relazioni, Responsabilità, Esperienza del Social Network

Oltre alle caratteristiche di interazione e comunicazione, i Social Network devono adempiere a responsabilità morali e legali. A tale obiettivo vengono indicati tre criteri: una chiara causa tra la legge e le sue conseguenze, conoscenza di tali conseguenze e l'obiettivo di portare avanti la legge. Goodpaster (1983), filosofo americano, distingue tre modalità con le quali applicare la moralità al business: la causa, il seguire le regole e prendere delle decisioni. La prima modalità è la stessa usata dagli avvocati per determinare una responsabilità legale e riferire il fatto che un evento o un'azione è provocata dal business. La seconda si riferisce ad un comportamento che è il risultato di alcune regole ad esso associate. La terza modalità prende in considerazione tutti i fatti rilevanti, integrità del processo e occuparsi di tutti coloro che sono stati influenzati da quella decisione. E' importante rimarcare che non solo business e network sono responsabili delle proprie leggi, ma anche di quelle prese da esterni. A tal proposito Pryke (2006) pone un esempio: se un gruppo di leader è responsabile della trattativa con i subappaltatori, questi ultimi a loro volta sono responsabili di portare avanti certi compiti assegnati nel progetto. In un tale processo sarà arduo capire chi dovrà affrontare ipotetici problemi legali. Quindi, per questo motivo è importante la relazione tra i membri di un network e la struttura del network stesso.

Brass e Burkhart (1998) affermano come un Social Network sia utile per determinare la probabilità di un comportamento non corretto di un individuo all'interno della rete.

All'interno di un Social Network possono esistere uno o più gruppi che entrano in relazione fra di loro. Una caratteristica di tali rapporti è innanzitutto la differenza di potere: la troviamo per esempio tra padre e figlio; e indubbiamente chi detiene più potere, ha anche più responsabilità. Sempre tenendo presente l'esempio citato, un genitore è responsabile delle azioni prese dal figlio. Una seconda caratteristica è la direzione in cui si muove la relazione: per esempio quella tra fornitore e cliente.

Collegandosi alla prima caratteristica, come rileva Smith (1995) "La sovranità del consumatore è quella più vicina al venditore e oltre la posizione dei codici più etici. L'etica del marketing è determinate da tre criteri del consumatore: possibilità di consumo, informazione, scelta. Questa posizione è affidata al manager del marketing il cui desiderio è quello di perseguire l'etica del marketing (..)" (Pag.85-97). Generalmente quindi maggior responsabilità viene affidata al fornitore, il quale deve assicurarsi di poter vendere un buon prodotto al suo cliente.



Terza caratteristica è la forza dei legami: chiaramente più i legami sono forti più ci sarà interazione. Al contrario legami poco solidi portano ad una scarsa interazione. (Granovetter, 1973)

Il potere delle reti sociali deriva essenzialmente da due fattori: il primo, secondo Coleman (1990) e Bourdieu (1980) è quello di mettere al centro gli individui che fanno parte della rete e il secondo è che le aziende agiscono come ponti tra le varie parti non connesse del network e hanno la capacità di guadagnare un certo controllo sui vari utenti del network.

Anche il *subnetwork* presente all'interno del network può influenzare le responsabilità della rete principale. Lo spazio in cui si ritrovano i sottogruppi infatti, influenzerà l'impatto delle azioni commesse da un utente. Più il gruppo è unito più potrà generare un forte impatto.

Tuttavia ciò può non avere risvolti positivi, come nel caso di gruppi terroristici che usufruiscono di internet per diffondere i loro scopi. Inoltre vengono introdotti determinati *cliques* all'interno della rete al fine di prevenire la diffusione di alcune informazioni. Solo ad alcuni insider del gruppo è consentito venire a conoscenza di alcune informazioni ritenute segrete, che raramente vengono rivelate agli outsider; ne conseguono comportamenti scorretti di cui i *cliques* vengono accusati essere la fonte principale.

Le proprietà del Network comportano responsabilità anche verso i membri della rete stessa: la rete si presenta in una vasta area in cui vari gruppi e organizzazioni si ritrovano in contatto. Ne consegue che possano verificarsi situazioni negative, come una crisi finanziaria a livello globale.

Alcuni Social Network hanno la caratteristica di essere definiti come piccoli mondi: quando coesistono agglomerati di nodi strettamente connessi tra di loro e collegati con altri cluster da legami cosiddetti deboli, secondo una distribuzione che segue una legge di potenza. Le small world network sono caratterizzate da alto coefficiente di aggregazione e da pochi gradi di separazione.

I problemi che principalmente si prevedono in questo tipo di network sono innanzitutto l'impossibilità da parte dei membri della rete di non potersi difendere da utenti disonesti appartenenti ad altri Social Network, e in secondo luogo che non possono rivendicare la diffusione di informazioni che diffondono in rete.

Alcuni siti internet hanno sfruttato gli small world network per ricavarne un qualche vantaggio. E' il caso ad esempio di "*sixdegrees.org*" che mira a capitalizzare l'influenza che questi social possono creare, per ricavarne soldi da dare in beneficenza. Non c'è dubbio che vi siano scopi positivi, ma il modo in cui questi obiettivi vengano raggiunti non è dei più corretti.

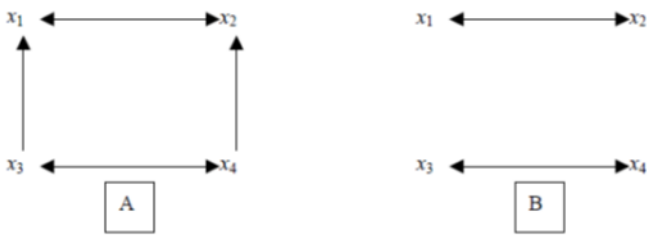
Da un punto di vista grafico, esistono tre modi per rappresentare i Social Network: una prima

descrizione consiste nel sottoscrivere una lista di elementi che fanno parte degli utenti e una lista di un paio di elementi che sono legati ad una relazione sociale di qualche tipo:

$$A = \{(x_1, x_2), (x_2, x_1), (x_4, x_2), (x_3, x_1), (x_3, x_4), (x_4, x_3)\}$$

$$B = \{(x_1, x_2), (x_2, x_1), (x_3, x_4), (x_4, x_3)\}$$

Una seconda rappresentazione è quella che viene denominata come “*Graph Theory*”(1). Essa viene utilizzato così come nel campo antropologico da Hage (1973), Zachary (1977), Mitchell (1980), anche nella psicologia sociale da Heider(1946;1958), Leavitt (1951), Freeman (1977), Reoder & Mulholland(1980). Ma anche nella comunicazione Herring (2005), on-line business da Dellarocas (2003), geografia con Pitts (1965;1979). A ogni utente è rappresentato da un punto che viene chiamato vertice o nodo del grafico. I legami definiti dagli individui e rappresentati da delle linee che sono poste tra i punti vengono indicati con fili del grafico:



1. Grafico corrispondente alle relazioni A e B sul costruito  $X = \{x_1, x_2, x_3, x_4\}$ .

La terza rappresentazione è quella di una matrice (2)

	$x_1$	$x_2$	$x_3$	$x_4$
$x_1$	0	1	0	0
$x_2$	1	0	0	0
$x_3$	1	0	0	1
$x_4$	0	1	1	0

	$x_1$	$x_2$	$x_3$	$x_4$
$x_1$	0	1	0	0
$x_2$	1	0	0	0
$x_3$	0	0	0	1
$x_4$	0	0	1	0

2. Matrice delle relazioni corrispondenti di A e B per il costruito  $X = \{x_1, x_2, x_3, x_4\}$ .

Possono verificarsi casi in cui l'analisi dei Social Network si focalizza un tipo di relazione che riguarda l'*hyperlinking*, cioè il collegamento ipertestuale; in questo caso si tratta di "*Hyperlink Network Analysis*". Una tale analisi può essere utilizzata per l'e-commerce o la comunicazione internazionale. Un esempio interessante è la ricerca condotta da Adamic e Adar (2003) che ha condotto la sua indagine utilizzando la mailing list del *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) e quella dell'università di Stanford. I risultati conseguiti hanno rilevato come le homepage personali siano un chiaro strumento di rivelazione delle relazioni fra gli *user* delle community. Un problema riscontrabile durante lo studio dei social è il recupero dei dati: secondo Park, ci sono due modalità per misurare i collegamenti ipertestuali in qualità di relazioni: la prima è l'osservazione, la seconda è l'utilizzo di un computer. Quella che sembra più affidabile è l'osservazione. Tuttavia essa comporta essa può comportare errori di decodifica e altri costi di elaborazione poiché chi effettua la ricerca deve navigare attraverso un'alta quantità di siti.

In Italia, Lorenza Magliano, Andrea Fiorillo, Claudio Malangone, Corrado De Rosa e Mario Maj del "*National Mental Health Project Working Group*" hanno condotto uno studio tra parenti di pazienti con casi di schizofrenia o malattie fisiche e altri partecipanti senza casi di malattia particolare. Sono state selezionate trenta casuali aree geografiche (10 al Nord, 10 al Centro e 10 al Sud) in ognuna delle quali venivano incluse: a) 25 parenti assieme a 25 soggetti con casi di schizofrenia o malattie fisiche. La scelta dei pazienti ha seguito dei determinati criteri. Età compresa tra i 18 e gli 80 anni, che fossero in cura dagli ultimi 6 mesi, che vivessero con almeno uno dei parenti nella stessa casa e infine, che non avessero l'AIDS o il cancro. Così come i pazienti anche i parenti non erano scelti casualmente: per quanto riguarda l'età anche i parenti dovevano rientrare tra i 18 e gli 80. Non dovevano avere casi precedenti di malattie mentali o fisiche e dovevano vivere esclusivamente con il loro parente affetto da malattia. Ad ogni partecipante è stato chiesto di compilare un questionario riguardo le loro reti sociali. Il risultato di quest'analisi è che la percentuale di legami delle persone che si occupano delle persone che riportano casi di schizofrenia è molto più bassa di quella di coloro che si occupano di persone con malattie fisiche o di persone senza malattie particolari. Ciò significa che avere un parente che sia affetto da una malattia psicologica o fisica influenza i legami sociali con le altre persone. Più specificatamente è risultato che parenti di persone con schizofrenia tendono ad esprimere la loro solitudine ed imbarazzo parlandone con gli amici. Sentimenti probabilmente dovuti a causa di uno stigma per cui vengono connotati. Dall'altro lato, parenti di persone con problemi fisici tendono ad essere più forti grazie anche ad un maggior supporto da parte degli amici

### 1.3 Comunicazione e Social Network

Il sociologo olandese Jan Van Dijk (2002) ha rivelato come tra il XX e XXI secolo la comunicazione ha subito una grande rivoluzione. Tale innovazione è visibile considerando i punti che accumulano i nuovi media, che vengono segnalati da Paccagnella (2004): digitalizzazione, multimedialità, interattività e ipertestualità. Per questo motivo la CMC, (Comunicazione Mediata dal Computer, una branca di studi che si occupa di come le tecnologie dell'informazione, unitamente al computer, rendano possibili peculiari forme di comunicazione a distanza fra le persone) si è sviluppata abbracciando le più svariate forme di comunicazione: la comunicazione interpersonale (*one-to-one*), come nel caso della posta elettronica, comunicazione di massa (*one-to-many*), nel caso di web o blog e comunicazione collettiva *many-to-many*, come avviene invece nei forum.

I Social Network presentano tutte queste forme di comunicazione, ma ciò che li distingue dalla CMC è il fatto che siano mezzi di comunicazione e allo stesso tempo, "contenitori" di strumenti di comunicazione: si interagisce con e nei *Social Network*. Offrire la possibilità di parlare con altre persone è indispensabile per qualsiasi sito finalizzato a creare reti di amicizie e contatti online; pertanto la strategia seguita dai *Social Network* è quella di scegliere i mezzi di comunicazione che più si adattano ai fini e alle caratteristiche del sito e unirli per incentivare le relazioni fra utenti. Si forma quindi una sorta di convergenza comunicativa: con il fenomeno dei Social Network si assiste alla concentrazione di media online che prima erano pensati singolarmente ed erano utilizzati con il preciso scopo di comunicare; con i *Social Network* i media diventano funzioni di un unico sistema, tutte accessibili dalla stessa pagina e mantenendo la stessa identità.

Entrando nello specifico del tema della comunicazione Roversi (2001) distingue tra comunicazione sincrona/asincrona. Nella comunicazione sincrona gli interlocutori sono contemporaneamente collegati, come accade quando si telefona: perché si possa comunicare si deve agire nello stesso tempo. Ambienti tipicamente sincroni sono la chat e la videoconferenza. Diversamente nella comunicazione asincrona si intende la comunicazione che avviene in modo non simultaneo. Solitamente tale interazione si sviluppa attraverso lo scambio di e-mail tra studenti, docenti e tutor e la partecipazione a forum.

La forma di comunicazione più immediata all'interno della maggior parte delle rete sociali sono i commenti. Consistono in brevi messaggi pubblici che gli utenti possono lasciare nella pagine di un amico e che vengono ordinati in uno spazio apposito del profilo. Questo modo di comunicare rapido e sintetico rimanda al funzionamento del forum solo che prende nomi diversi: "bacheca"

(“wall” nella versione inglese) su *Facebook*, “commenti” su *MySpace*, “libro ospiti” su *Netlog*, etc. .

Il visitatore può scrivere e vedere il suo commento pubblicato e/o provocare una discussione che coinvolge anche altri utenti e che può svolgersi all’interno di una sola pagina oppure sconfinare anche nelle bacheche personali dei partecipanti del dialogo. L’unica limitazione che spesso si incontra, è la necessità di essere amici, cioè di appartenere allo stesso network, per poter lasciare un commento. Si riflette cioè la dinamica della normale comunicazione faccia a faccia in cui, prima di iniziare un dialogo ci si presenta dando una sorta di consenso reciproco alla comunicazione. Questo consenso è l’*add* cioè un procedimento tramite cui un utente chiede ad un altro di instaurare un legame e quest’ultimo acconsente alla richiesta; nel caso i due si conoscessero già, l’*add* è una procedura da seguire per poter comunicare, mentre, se si tratta di estranei diventa una sorta di affermazione simile a “piacere di conoscerti, vorrei entrare a far parte della tua cerchia di amici”.

Un’altra forma di comunicazione all’interno della rete sono le cosiddette chat, diffusione invece più limitata. L’inserimento di quest’alternativa forma sottolinea il senso di compresenza e vicinanza dato dalla simultaneità del dialogo, come evidenzia Roversi (2001), docente di sociologia presso l’università di Bologna. Nel caso di *Facebook* la chat è uno strumento di comunicazione aggiuntivo e utile nel caso si volesse comunicare in maniera più diretta con una persona che in quel determinato momento sia connessa. Per fare questo, accanto alla finestra della chat viene sempre indicato quanti e quali amici sono online. Di tutt’altro spessore è invece il ruolo della chat nei siti d’incontri: qui la comunicazione diventa la prima forma di contatto tra persone di sesso opposto. Conversando simultaneamente si crea un rapporto d’intimità a distanza.

Terza forma di comunicazione nei social è la posta elettronica, che come per i commenti cambia nome a seconda del servizio in cui è contenuta: ad esempio “messaggi” su *Facebook*, “posta” su, “inbox” su *LinkedIn*. La posta dà l’opportunità di contattare un utente pur non facendo parte del suo network. Ciò che rende importante la posta per le reti sociali è il fatto che essi danno per scontato che chi decide di partecipare posseda già una mail personale, rendendo così obbligatorio inserire l’indirizzo per l’iscrizione. Questa richiesta risponde ad alcune esigenze: permette la conferma dell’iscrizione mandando un messaggio in cui vengono riportati tutti i dati inseriti dall’utente e comunica le informazioni iniziali sulle modalità di utilizzo del sito; in secondo luogo consente al sito di comunicare con l’utente attraverso la notifica di tutto ciò che accade di nuovo all’interno del network, come ad esempio se ci siano nuove richieste di amicizia, se qualcuno ha scritto un messaggio o lasciato un commento, se ci sono novità nei servizi etc.

Altro fatto che rende la posta importante per i social network è la possibilità che essi facendo una ricerca su tutti gli indirizzi mail memorizzati nella casella personale dell'utente, proprio tramite la posta elettronica, indicano quale tra i contatti analizzati hanno un profilo personale del sito, consentendo così di individuare fin dall'inizio e in breve tempo le persone che già si conoscono. Questi siti permettono, oltretutto, di invitare i restanti contatti a far parte del network, mandando loro un messaggio che contiene il link al sito.

Geert Lovink (2004) saggista e teorico olandese afferma: "Gli utenti ventenni sembrano preferire il Web rispetto alle mail e difficilmente si iscrivono alle liste. Le mailing list, al di là di quanto siano aperte o democratiche, stanno diventando veicoli superati" (pag. 299). Secondo Lovink, (2008) i blog sono la nuova finestra della comunicazione uno-molti. Infatti la sezione relativa al blog è un'altra delle caratteristiche di alcuni network sociali: la gestione del blog avviene dall'interno, cioè passando prima dal Social Network e andando nell'apposita sezione; ogni post pubblicato viene indicato con un link nella pagina del profilo personale, visibile a tutti coloro che la visualizzano. In questo modo si offre all'utente un duplice canale di visibilità: da una parte la pagina personale, in cui sono presenti le informazioni generali, la lista dei "migliori amici" e lo spazio commenti e lo spazio dei commenti, dove ciò avviene in genere una comunicazione in entrata; dall'altra parte il blog, dove è il proprietario della pagina a scrivere e comunicare verso l'esterno, ovvero verso un pubblico indefinito.

Secondo Granieri (2005) i blog sono una simili ai giornali online gestiti da singoli individui o da gruppi, che trattano diverse categorie di argomenti; questi sono inseriti in una pagina web costruita attraverso programmi di pubblicazione guidata che ne permettono la creazione senza essere esperti informatici.

Spesso si commette l'errore di confondere il termine "Social Network" e "community". Nel primo caso s'intende un sito che diventa una tecnologia di cui si serve l'utente e che ingloba anche il forum. La community è invece uno spazio in cui gli utenti si aggregano sulla base di interessi comuni condividendo un forte sentimento di gruppo e comunicando attraverso la tecnologia del forum, caratteristica che ritroviamo anche nel network ma con la differenza che vengono adattate ad un pubblico più vasto.



## Capitolo 2

### “Social Network fra gli adolescenti”

#### 2.1 Adolescenti davanti ai *Social Network*

La comunicazione in internet include vari tipi di applicazioni come *YouTube*, chat room, blog, condivisione di foto e video e ovviamente i *Social Network*. Essi sono ampiamente utilizzati dagli adolescenti soprattutto nella comunicazione con i propri coetanei. L'intento che Kaveri Subrahmanyama, Stephanie M. Reich, Natalia Waechter, Guadalupe Espinoza (2008) nella ricerca che hanno condotto riguardo l'utilizzo dei social da parte degli adolescenti è quella di teorizzare che Internet e le varie opportunità di dialogo virtuale che esso può offrire, possano definirsi elementi che contribuiscano alla formazione dell'ambiente virtuale adolescenziale. Un fattore a supporto di questa tesi è il fatto che mondo reale e mondo virtuale sia connessi fra di loro: ci si aspetta quindi che gli adolescenti riportano fatti e persone dal loro mondo a quello di internet. Uno studio condotto nei Paesi Bassi da Valkenburg e Peter (2007) ha rivelato come l'80% di adolescenti utilizza Internet per mantenere le amicizie. Ybarra, Mitchell, Wolak, and Finkelhor (2006) rimarkano la tematica del cyberbullismo includa la connessione tra mondo reale e virtuale: quasi la metà degli adolescenti che usano internet affermavano di conoscere già utenti che praticavano cyberbullismo prima che essi si mettessero in atto. Riguardo ai Social Network, in particolare tra le ragazze, è stato rilevato che i social vengono usati per tenersi i contatti con coetanei della vita reale, pianificare uscite con amici che vedono spesso o non disperdere i legami con persone che vedono raramente (Lenhart e Madden, 2007). In particolare le ragazze hanno affermato che i social sono utili rafforzano amicizie già esistenti, mentre i ragazzi vedono l'utilità di questo mondo virtuale per flirtare o conoscere nuove persone. Brown (2004) Erikson (1959) Weinstein & Rosen (1991) spiegano che lo sviluppo di un adolescente si focalizza sulla propria identità e sessualità, lo stringere relazioni con i coetanei e trovare una persona a cui legarsi sentimentalmente. Come mostra ad esempio uno studio condotto da Waechter (2005, 2006) condotto fra adolescenti americano e australiani che usufruiscono delle chat: essi le utilizzano per sviluppare la propria identità sessuale ed etnica. Focalizzandosi proprio sulla sessualità degli adolescenti è stato evidenziato da Silenzio, Pena, Duberstein, Cerel, e Knox (2007) come i Social Network siano causa di un alto numero di suicidi tra adolescenti lesbiche, omosessuali e bisessuali, circa 85% (Hillier, 2001). Tuttavia le reti sociali permettono anche di prevenire che questo tipo di avvenimenti accadano. Sono questi i risultati di una ricerca condotta nel 2008 da un gruppo di



docenti americani, Vincent M.B. Silenzio, Paul R. Duberstein, Wan Tang , Naiji Lu, Xin Tu, Christopher M. Homan. I dati per questa ricerca sono stati raccolti tramite denominato come mySpaceCrawler che è in grado di generare una mappa di individui specifici connessi in un social. Un'ulteriore classificazione dei dati rispetto a età, sesso, orientamento sessuale e posizione geografica è stata fatta tramite un altro programma chiamato Pajek. Il social scelto per l'analisi è stato MySpace, nel quale la ricerca degli utenti è stata delimitata tra i 16 e i 24 anni. Per iniziare la ricerca è stato scelto casualmente un utente che rientrasse nei criteri stabiliti per questo studio; una volta trovato sono stati ricercati dati online accessibili di altri utenti che fossero connessi all'utente iniziale. L'analisi di questo esperimento si è focalizzata principalmente su due aspetti: la struttura del network e le caratteristiche di alcuni individui; età, sesso e orientamento sessuale. Un'altra tematica che abbraccia il social, contrariamente a quanto si potrebbe pensare è la religione. Simmel (1905) infatti ha affermato che "la fede religiosa, che concerne l'essenza della religione, è innanzitutto una relazione tra individui" (pag. 366). Durkheim (1965) rimarca che l'interazione fra gruppi crea e reifica la religione sviluppando la solidarietà attraverso la genesi di simboli condivisi. Lazarsfeld and Merton (1954) McPherson (2001) sottolineano che storicamente la religione viene vista come un gruppo allo stesso modo di risorsa per il gruppo e quindi relazione interpersonale. Conseguentemente potremmo dire che la religione è una fonte di selezione di amicizie che porta ad un'omofilia del network. In America i *Social Network* sono per la maggior parte formati da persone con prospettive religiose, associazioni e livello di partecipazione religiosa (Cavendish, 1998 e Louch, 2000). Secondo Crosnoe (2008) e Weerman (2011) ci sono due meccanismi che portano alla correlazione dei network: la *social selection* che porta alla formazione di amicizie. Nel caso della religione la selezione riflette i cambiamenti nei legami tra individui includendo network basati sulla fede. Il secondo meccanismo viene denominato come *socialization* in quanto afferma che gli amici socializzano l'un altro e diventano simili nel tempo (Kandel, 1978). Così nella religione ci sono cambiamenti a cui gli amici si adattano e si influenzano l'un l'altro (Friedkin, 1998) per trovare un equilibrio per le varie prospettive di fede (Heider, 1946). Collins (2004) ipotizza quella che viene chiamata Interaction Ritual Chain (IRC): "un meccanismo che si focalizza sul cambiamento delle emozioni e l'attenzione che produce una realtà condivisa che genera solidarietà e simboli tra i membri del gruppo." (pag.7). Si tratta quindi di un processo di un impegno interpersonale che porta a strutture di selezione sociale nelle reti di amicizie e nella socializzazione tra coetanei nella fede religiosa. L'idea principale di questa teoria è che le interazioni sono ritualizzate, nel senso che hanno delle aspettative sia riguardo al comportamento,

sia alle emozioni durante la socializzazione (Goffman, 1967). Ne conseguirà che i cambiamenti delle amicizie fuori dalle istituzioni religiose rifletteranno la selezione sociale basata sulla religione. Quando i membri di un gruppo prestano la loro attenzione essi sono emotivamente coinvolti l'un l'altro. Creare questo tipo di intersoggettività emozionale è quello che la religione si predilige di fare (Nelson, 2005). Entrambi i processi di selezione sociale e socializzazione si dispiegano simultaneamente dato che sono interrelati. Collins afferma che siamo ricercatori di energia emozionale: realtà intersoggettive di cui si fa esperienza durante i cambiamenti d'interazione con le persone. In secondo luogo questi processi secondo questi processi è evidente che avere una fede crea simboli socialmente condivisi che possono essere rinforzati e cambiati attraverso le interazioni con gli altri (Collins, 2010; Geertz, 1973; Vaisey, 2008).

Prensky (2001) teorizza le nozioni di nativi digitali e immigrati digitali: "Come potremmo chiamare questi nuovi studenti di oggi? (...) La definizione più adatta che ho trovato per loro è quella di nativi digitali. I nostri studenti sono i parlanti nativi del linguaggio digitale del computer, videogame, e internet. (...) Coloro che non sono nati nel mondo digitale ma ne sono rimasti in qualche modo affascinati e utilizzando la maggior parte delle nuove tecnologie, e saranno chiamati immigrati digitali" (pag 1-2). L'autore intende l'espressione nativi digitali, per indicare tutti coloro che sono nati e cresciuti in una società in cui internet ha rappresentato una realtà già presente nel loro arrivo in un mondo e in una società multi-schermo in cui la vita, le informazioni, e le esperienze hanno la peculiare ed innovativa caratteristica di poter viaggiare e scorrere in una dimensione alternativa a quella reale. Dall'altro lato si potrebbe parlare invece di "immigrati digitali", cioè coloro che hanno dovuto impegnarsi per imparare nuovi codici di scrittura e di lettura adattandosi strumentalmente ai cambiamenti intercorsi nel mondo del lavoro, dell'accesso al sapere e delle relazioni. Se ci riferiamo ad un contesto italiano, i nativi digitali sono dunque coloro che sono nati tra gli anni 2000 e 2002. Tuttavia anche quei ragazzi e ragazze di età compresa tra i 14 e i 18 anni hanno avuto un percorso di crescita fortemente caratterizzato da strumenti di comunicazione tecnologica. Sempre più alto pare essere il numero di questi adolescenti digitali che utilizzando le reti sociali; tanto che la loro privacy sembra essere a rischio. Inoltre, il mercato sfrutta molto i *Social Network* come fonte per raccogliere informazioni dei teenager, come ad esempio *Facebook* che è sponsorizzato dalla pubblicità, ma sempre orientandosi alla privacy dell'utente: senza il consenso dello *user*, le sue informazioni non vengono condivise con la pubblicità. *La Children's Online Privacy Protection Act (COPPA)*, è una legge istituita dal governo che tutela la privacy ai bambini sotto i 13 anni (Sheehan, 2004). Dunque non

c'è una particolare tutela per coloro sopra quell'età. Perlopiù dato che nei *Social Network* gli adolescenti sono motivati a condividere le informazioni e non sono molto consapevoli della privacy online tanto quanto gli adulti (Lenhart e Madden 2007), è difficile convincere i teenager a limitarli nella loro condivisione di informazioni sui social. Schonberger (2005) spiega che uno dei rischi principali esponendo la propria privacy online consiste nella possibilità di frode d'identità da parte dei commercianti. Un altro rischio è la ricezione spropositata di email inaspettate, proprio per la tendenza degli adolescenti a condividere le proprie informazioni (Grant, 2006; Liau, Khoo, & Ang, 2005). Yang Feng e Wenjing Xie, docenti americani rispettivamente della *College of Mass Communication and Media Arts* e della scuola di giornalismo hanno condotto una ricerca riguardo la privacy online sui *Social Network*: degli 802 teenager intervistati, circa il 78% ha dichiarato di utilizzare *Facebook*, il social preso in analisi per la loro ricerca. Tra le varie conclusioni tratte è risultato che il 53% dei teenager ha dichiarato di aver cancellato dei commenti fatti da altri utenti utilizzando il profilo degli utenti originari. Il 27% ha pubblicato informazioni false come età, luogo di nascita e nome per proteggere la loro privacy. Un altro dato interessante sono le impostazioni di visualizzazione del proprio profilo: il 12% dei teenager ha dichiarato di tenere il proprio profilo pubblico, il 23% preferisce renderlo parzialmente privato, il 58% lo tiene privato. Solo un 7% di utenti non sa delle impostazioni di privacy del profilo. Altri risultati hanno mostrato come i genitori siano consapevoli del bisogno di tutelare la privacy degli adolescenti quando viene messa online. Dato che i genitori sono più interessati dei figli a proteggere la loro privacy online ne consegue che, i bambini possano farsi influenzare dai genitori quando viene detto loro come limitare la condivisione di informazioni personali nei social. (Shin e Huh, 2011; Shin, 2012). Ricerche precedenti di questi due ultimi autori riguardano la mediazione tra i genitori, individuandone due tipi: mediazione attiva, dove i genitori discutono direttamente con i bambini del problema, e mediazione restrittiva in cui i genitori stesso pongono delle restrizioni ai loro figli.

## 2.2 "Mood, autostima e percezione di sé"

Dentro e fuori il mondo online gli adolescenti sono sempre in lotta contro la formazione della propria identità. Erikson (1968) puntualizza il concetto di *ego identity*: "Le più ovvie concomitanze dell'identità dell'ego riguardano il sentimento di sentirsi a casa nel corpo di qualcuno, la

sensazione di sapere dove si sta andando e una sicurezza interna della capacità previa di sapere coloro che sono importanti” (pag.165). Lo sviluppo delle fasi per il raggiungimento di una certa identità, sempre secondo Erikson (1968) etichetta il periodo dell’adolescenza come una fase di crisi dell’identità. Tramite l’ausilio di internet, gli adolescenti ricevono costante *feedback* sociale che a sua volta influenza il modo in cui gli adolescenti si vedono l’un l’altro. I *Social Network* permettono agli adolescenti di avere una testimonianza diretta di pensieri e opinioni degli altri e, oltretutto, suggerire una considerazione di sé positiva o negativa. I teenager guardano costantemente gli altri coetanei per accettare o rifiutare determinati atteggiamenti quando devono sviluppare la propria concezione di sé (Siegle 2011). Guzzetti (2006) afferma che le reti sociali possono agire come “community online” nelle quali gli adolescenti possono dare la propria voce nell’interazione sociale. (pag.162) Oppure come luoghi in cui poter sviluppare o migliorare l’appartenenza ad un gruppo specialmente riguardo identità razziali ed etniche. (Grasmuck, Martin e Zhao, 2009). Tuttavia i *Social Network* come formazione della propria identità non sempre risultano positivi. Ad esempio, alcuni teenager tendono ad usare i siti online per immedesimarsi in altre persone e indurre atteggiamenti di natura sessuale (Valkenburg, Schouten e Peter, 2005). Un altro aspetto è quando gli adolescenti pongono giudizi, paragoni con se stessi e compiono cyberbullismo. Smith e Hung (2010) definiscono la concezione di sé, (elemento fondamentale per la formazione dell’identità) come un’identità cognitiva che racchiude le idee e i pensieri del sé. Una concezione di sé accurata, equilibrata e positiva è uno degli obiettivi degli adolescenti nello sviluppo della propria personalità. Oggi gli adolescenti danno e ricevono *feedback* costantemente attraverso le reti sociali come se fossero delle vetrine pubbliche del sé. I social sono quindi dei luoghi in cui è frequente la critica di se stessi e degli altri, che promuove quindi lo sviluppo del sé (Siegle,2011). A causa della frequenza con cui i teenager utilizzano i *Social Network*, le incongruenze tra l’immagine di se e i propri sentimenti sono intensificati e più rinforzati. Ad adolescenti più giovani (6-12 anni) viene insegnato ad essere laboriosi: nei social essi sviluppano la loro laboriosità attraverso la costruzione di una pagina profilo. Spendono molto tempo sulla loro pagina e vogliono mostrare a tutti il risultato perché ne vanno fieri. Archer e McCarthy (2007) affermano che gli adolescenti sviluppano diversi aspetti dell’identità attraverso la sperimentazione e la ribellione in contrapposizione ad una fase di confusione di ruoli. A questo proposito Marcia (2009) propone quattro fasi di sviluppo dell’identità: esclusione, diffusione dell’identità, moratoria e acquisizione dell’identità. Goffman (2012) teorizza che il sé dell’adolescente è prodotto dalla relazione tra l’individuo e i suoi

coetanei. Perdi più l'identità secondo Elkind (1967) "è soggetta alle convinzioni del teenager in un pubblico immaginario (i coetanei) e in una favola personale" (pag. 1025-1034). Il pubblico immaginario viene definita come una tendenza secondo la quale gli individui pensano che il loro atteggiamento o apparenza siano elementi su cui gli altri pongono l'attenzione. Nei *Social Network* gli adolescenti tendono a preferire contenuti basati su questo tipo di pubblico, dato che quando si parla di adolescenti, in questo caso, si intende come vengono presentati nel social; considerando tutti coloro che possono vedere il profilo e le varie informazioni. A supporto della tesi del pubblico immaginario c'è l'azione, da parte dei teenager, di aggiornare le proprie informazioni, le foto e lo stato fa parte dell'egocentrismo adolescenziale. Marwick e Boyd (2010) rimarkano che grazie ai social i teenager riescono ad avere una chiara visione dei loro coetanei (pubblico) riuscendo quindi a ricostruire il sé e rifletterne il contenuto. Da ciò risulta un dilemma: il sé reale e il sé pubblico (Marwick, Boyd, 2010: Muuss 1988). Lo sviluppo della concezione di sé porta a dei risvolti positivi, come ad esempio il rafforzamento dell'identità di gruppo: se il gruppo è forte, sarà alto anche il senso di appartenenza e di conseguenza anche la concezione di sé. Lo rimarkano Greenhow e Robelia, (2009) che spiegano come più del 60% degli utenti utilizza i social per discutere di scuola e questioni accademiche. Così anche adolescenti più emarginati, come lesbiche, omosessuali, bisessuali e transessuali che utilizzano i social per poter creare una rete di amici. McLean (2010) afferma "(...) L'invocazione, la costruzione e l'attività della costruzione dell'identità tra i giovani immigrati non è limitata a spazi fisici come case di adozione, scuole. Piuttosto questa concezione socialmente situata rafforza la consapevolezza che i network digitali possono diventare siti transnazionali della socializzazione aiutando a definire l'esperienza del giovane immigrato." (pag.15). Un altro fattore positivo è la possibilità di esprimere se stessi online, dovuta in parte al loro egocentrismo e alla concezione del pubblico immaginario. Con foto, *wallpaper* e immagini preferite i teenager decorano e danno uno stile personale alla propria personalità online e ciò che diverte loro è il fatto che possono cambiarla ogni volta. I *Social Network* sono, in terzo luogo, un luogo in cui imparare e discutere di argomenti di cui non si parlerebbe nella vita reale perché causerebbero imbarazzo o nervosismo.

Tuttavia, lo sviluppo della concezione di se porta anche a dei risvolti negativi. Un primo fattore sono le critiche e i confronti fra coetanei: ciò è dovuto innanzitutto al fatto che i social si basano sulla rappresentazione visiva dell'identità. In secondo luogo, non dobbiamo dimenticare l'importanza del pubblico immaginario per i teenager. Secondo Parker (2010) gli adolescenti rischiano di abbassare la concezione che hanno di sé se sono troppo esposti al confronto con gli

altri individui della loro età. Conseguentemente gli adolescenti potrebbero avere una concezione negativa di se stessi, non prendendo in considerazione l'ipotesi che gli utenti potrebbero mentire nei loro giudizi. Inoltre, se i *Social Network* focalizzano la loro attenzione sull'estetica ne risulta che molte ragazze sono più dipendenti dagli altri e usano le relazioni per rinforzare il sé e rappresentarlo online, più di quanto facciano i ragazzi. Altro fattore negativo è l'alcol: vedere profili con una forte presenza di alcol influenza i teenager al suo utilizzo. La visualizzazione di alcol e sostanze inappropriate nei social è aumentata e gli adolescenti si ritrovano quindi ad alto rischio. Il cyberbullismo rappresenta un'ulteriore sviluppo negativo dell'identità. Chang (2011) enfatizza che circa l'88% degli utenti nelle reti social ha un comportamento da bullo online. Neukrug e Fawcett (2010) affermano che anche il nevroticismo è legato all'utilizzo dei social: in particolare, coloro che usano hanno un alto nevroticismo hanno una buona capacità di interazione, a differenza di coloro il cui nevroticismo è più basso; questi i risultati di uno studio condotto da Ross (2009). Così anche il narcisismo è legato all'uso delle reti: generalmente gli utenti narcisisti hanno un'alta concezione di sé e non tollerano le critiche. Rimanendo nel campo dei network, questo tipo di utenti può alterarsi se si accorgono nessuno prende in considerazione i loro status e quindi non ricevono commenti (Carpenter, 2012). Conseguenza di tutte queste considerazioni: usufruire dei social aumenta l'autostima (Gonzales e Hancock 2011). Contrariamente a quanto si potrebbe pensare, in alcuni casi una troppa elevata autostima può portare ad un atteggiamento negativo. Quando cioè si ha un'alta concezione di sé attivata da circostanze particolari e autocontrollo: come ad esempio l'alcol che porta le persone ad avere un'alta considerazione di se stessi (Banaji and Steele 1989; Diamond and Wiltschko 1978).

In Australia 1.819 giovani adolescenti tra i 9 e gli 11 anni hanno partecipato alla "*the Youth Activity Participation Study*" per capire se ci fosse una certa correlazione tra l'utilizzo dei social e la loro considerazione di sé, la loro autostima e lo stato di depressione. È stato quindi analizzato l'utilizzo dei *Social Network*, la relativa frequenza e investimento; successivamente si è passati alla depressione. Innanzitutto è risultato come più femmine (76%) che maschi (67%) utilizzino le reti sociali. In secondo luogo è scaturito che gli adolescenti che hanno una pagina sui social hanno una più alta considerazione di sé, a dispetto di coloro che non hanno una pagina. Terzo fattore, un alto investimento della rete predilige un alto stato depressivo.

Un elemento che pochi o quasi nessuno hanno messo in relazione alle reti sociali è il peso: Mir M. Ali, Aliaksandr Amialchuk e John A. Rizzo (2011), docenti americani hanno condotto uno studio a riguardo. I dati sono stati raccolti dal *National Longitudinal Survey of Adolescent Health* che ha

analizzato 132 adolescenti tra il settimo e il dodicesimo grado di scuola. Uno dei risultati mostrava come adolescenti obesi ricevessero meno richieste di amicizia rispetto a coloro che non lo erano. Non sarà quindi un caso che il praticare sport viene considerato positivo per le relazioni sui social. Infatti avere un fisico piuttosto attraente facilita le interazioni fra individui (Hamermesh and Biddle, 1994; Mobius and Rosenblat, 2006; Carmalt, 2008; Cawley, 2006; Pearce, 2002; Mulford, 1998; Heiland and Ali, 2010)

Più specificatamente è risultato che l'influenza del peso sulle relazioni dei social è due volte più grande fra le ragazze che nei ragazzi.

### 2.3 "Le conseguenze legate all'utilizzo"

Durante l'adolescenza si cerca il supporto da parte dei propri coetanei o li si prende in esempio. Essi, a loro volta, possono essere altamente influenzabili (Berndt, 1979). Ciò si riscontra soprattutto in casi di droga illecita (Kandel, 1985) e alcol (Ary, 1993). Fortunatamente famiglie e coetanei possono prevenire e proteggere dal cadere in certe tentazioni (Liddle, 2001). A questo proposito i *Social Network*, come già sottolineato nel primo capitolo si ritrovano in un paradosso: possono sia prevenire sia incentivare gli adolescenti all'uso di droghe o alcol. A Baltimora e nel Maryland sono stati condotti degli studi a riguardo: coloro che facevano parte di reti di individui che facevano uso di droga erano ad alto rischio di HIV, mentre il rischio diminuiva per coloro che non avevano tra i contatti, utenti che ne faceva utilizzo (Costenbader, 2006). Gli interventi allo scopo di ridurre i rischi di HIV sono risultati più efficaci nel momento in cui sono stati effettuati a livello di *Social Network*, piuttosto che a livello meramente individuale (Neaigus, 1998).

Comportamenti aggressivi tra ragazzi e ragazze sono stati collegati alle interazioni che si svolgono nei social (Coie, 1995). Studi hanno rivelato che adolescenti altamente aggressivi sono meno popolari nelle reti a dispetto degli altri coetanei, ma sono posti al centro della rete sociale. Le relazioni di amicizia tra adolescenti aggressivi è stato un altro risultato di questi studi (Cairns, 1988). Le reti sociali sono stati anche osservati tra i comportamenti sessuali (Jorgensen, 1980): uno studio condotto fra ragazze afro americane a basso reddito di vicinato ha suggerito l'evidenza che una forte relazione tra genitori e figlia e l'avete nel proprio *Social Network* amici che sono già

adulti è associata ad esperienze sessuali ritardate (Moore e Chase-Lansdale, 2001). Influenze delle reti sono state legate anche ad altri comportamenti quali la scelta e il consumo di cibo (Feunekes, 1998), attività fisica (Voorhees, 2005), senza tetto o giovani fuggitivi (Johnson, 2005), uso del linguaggio (Eckert, 1988) e depressione (Olsson, 1999).

Maggiormente influenzabili sono i cosiddetti adolescenti ad alto rischio: Sussman (2004) li definisce come coloro che abusano di sostanze, corrono dei rischi, hanno problemi scolastici, o che vengono etichettati come coloro che usano droghe provenienti dal tabacco o dalle industrie di alcol. Questo genere di adolescenti hanno bisogno di seguire dei programmi di sostegno specifici e di prevenzione. Tali programmi includono motivazione, abilità e capacità di prendere delle decisioni, oltre alla capacità di porre dei cambiamenti (Watson e Tharp, 2002).

L' *Eu Kids Online Project*, una rete pan-europea fondata dallo *European Commission's Safer Internet Programme* per le questioni di sicurezza rischi e ricerca riguardo l'utilizzo di internet da parte dei ragazzini, rimarca che gli utenti che utilizzano i network tutti i giorni, devono essere consapevoli sia dei rischi che delle opportunità che può offrire sia le interrelazioni tra questi due fattori (Livingstone e Haddon, 2009). Per quanto riguarda i rischi, questo progetto ravvisa che l'esporsi ad un rischio potrebbe essere particolarmente "harm" (nocivo). Il rischio quindi può essere incontrato da molti e solo in una serie di casi, che dipendono dall'azione di fattori protettivi e rischiosi, può risultare nocivo. L' *Eu Kids Online Project* ha condotto un'indagine ponendosi come quesito se l'utilizzo delle reti sociali accrescono il rischio di danneggiare i ragazzini online. L'età analizzata era tra i 9 e i 16 (preadolescenti e adolescenti) di 25 paesi: Austria, Belgio, Bulgaria, Cipro, Repubblica Ceca, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Ungheria, Irlanda, Lituania, Italia, Paesi Bassi, Norvegia, Polonia, Portogallo, Romania, Slovenia, Spagna, Svezia, Turchia, Regno Unito. I ragazzini hanno affrontato un'intervista che si focalizzava su diversi fattori: come variabili dipendenti gli argomenti su cui miravano sono stati le immagini con chiari riferimenti sessuali, cyberbullismo, contatti di utenti che non si conoscono di persona, messaggi con riferimenti sessuali, contenuti inappropriati (i riferimenti ad esempio ad utenti che parlano dei diversi modi di suicidarsi, diventare bulimici o anoressici ecc.). Come variabili indipendenti si sono riferiti ai seguenti argomenti: la frequenza dell'utilizzo di internet, utilizzo del cellulare per navigare su internet, tempo speso online, competenza digitale, privacy, quali informazioni vengono incluse nel profilo. Da tutto ciò ne è conseguito che coloro che utilizzano i social sono più vulnerabili al rischio di incontrare le variabili dipendenti analizzate. Un'ulteriore ipotesi che viene formulata, a seguito dei risultati dell'indagine, è che adolescenti online che hanno meno



competenza con internet, sono più esposti ai pericoli online. Per quanto concerne la possibilità di conoscere persone per la prima volta online viene spiegato come la possibilità che accada tra i teenager che usano internet è tre volte più possibile rispetto a coloro che non hanno una pagina personale. Due volte più rischioso per gli utenti online, rispetto a coloro che non hanno un proprio profilo. Ragazzini che hanno riscontrati casi di immagini con riferimenti sessuali con etichettati per adulti sono rimasti meno delusi dall'esperienza del social, rispetto a coloro che hanno incontrato immagini dello stesso tipo ma in modo diverso.

Cohen e Hoberman (1983) sottolineano come uno dei benefici del è il supporto sociale: uno dei risvolti psicologici di questo tipo di supporto è la soddisfazione della vita, intesa da (Scheufele e Shah, 2000) come una considerazione generale dell'ambiente in cui si vive. Un secondo risvolto positivo del supporto sociale è il senso di comunità, ovvero, il sentimento di appartenenza ad una comunità dove i membri sono simili l'uno l'altro per caratteristiche.

Studi alquanto recenti hanno analizzato la tematica del potere che influenza la percezione nelle reti sociali. Sono state esposte due argomentazioni: il potere genera percezione e la dipendenza genera percezione (Jones, Eric C; Faas, Albert J; Murphy, Arthur D; Tobin, Graham A; Whiteford, Linda M; Mccarty, Christopher, 2013). Per poter addentrarsi nella prima questione, è importante chiarire la definizione di potere e percezione: Wilier, Lovaglia, and Markovsky (1997), definiscono potere un potenziale strutturalmente determinato, che mira ad ottenere dei risvolti favorevoli, nel caso in cui gli interessi siano opposti. Casciaro (1999) esprime che ci sia una certa accuratezza nel legare la percezione al network: questa cura si focalizza come un accordo di similarità tra una percezione individuale di un insieme di relazioni in un contesto e le strutture attuali di quelle relazioni.

Analizzando più a fondo la prima questione si sottolinea che coloro che hanno un potere maggiore hanno una percezione più profonda di coloro a cui sono legati, rispetto a chi detiene meno potere. Ciò che lega la percezione e il potere è l'influenza. Sempre più, questa forma di dominio la si riscontra negli *exchange network*: Wilier (1997) ha condotto un esperimento a riguardo inserendo i partecipanti in questo tipo di rete; i legami rappresentavano delle possibilità per dei possibili scambi (*exchange*). In virtù della loro posizione nella rete, alcuni partecipanti esercitavano il proprio potere sugli altri, come indicato dagli scambi diseguali. Alla fine dell'esperimento sono state analizzate le emozioni provate dai partecipanti: coloro che avevano più potere, avevano provato emozioni positive dopo gli scambi, al contrario di coloro che nel network avevano meno potere.

Una linea successiva di ricerca ha affermato che l'influenza positiva può permettere di aumentare la capacità degli utenti a ricevere, organizzare ed elaborare informazioni di legami e attività di rete distanti. A questo proposito ritroviamo di nuovo Casciaro (1999) che ha svolto una ricerca riguardo l'influenza e la percezione legata a network di amicizie e consulenza in tre centri di ricerca universitari: l'influenza era risultata positiva perché mirava ad approfondire la percezione di relazioni distanti. Si trattava di *global network*, contrapposti ai *local network* che riguardano solo le relazioni di un individuo. Influenze negative, invece, portavano gli individui a condurre delle percezioni più accurate riguardo i loro legami.

Per quanto riguarda la seconda argomentazione, ovvero "la dipendenza genera percezione", troviamo che coloro i quali hanno meno potere, risultavano avere una percezione di network più accurata degli individui con maggior potere. In una situazione di svantaggio essi cercano di utilizzare al meglio le loro risorse cognitive (Fiske 1993; Fiske e Depret 1996). Ad esempio in un network per gli appuntamenti, questi *lowerpower* cercano di capire chi è legato a chi. Wilier e Skvoretz (1997) spiegano che in una rete in cui vi siano individui *lowpower* e computer *highpower* possono generare lo stesso livello di discrepanza fra poteri anche nel caso in cui *lowpower* e *highpower* siano individui. Questo significa che individui con maggior potere non hanno bisogno di raccogliere informazioni su coloro che vogliono influenzare.

Non soltanto la dipendenza ma anche altri fattori possono portare ad una cattiva relazione tra percezione e potere: ad esempio Shaw (1978) spiega che in reti in cui la comunicazione è molto complessa, gli utenti potrebbero confluire in un sovraccarico di informazioni. Significa che se chi influenza prende in considerazione più informazioni dei *lowpower*, essi potrebbero prestare meno attenzione a legami che vadano oltre i loro utenti.

## Capitolo 3 “Il caso *Facebook*”

### 3.1 Relazioni, foto profilo e *status update*

Originariamente *Facebook*, nato nel 2004 per opera di Mark Zuckerberg, era stato progettato per gli studenti americani dei college. Da Settembre del 2006 è stato aperto a tutti e nel 2010 lo hanno reso usufruibile in più di 70 lingue. Oggi il *social* conta circa 400 milioni di utenti attivi. Studi hanno rilevato come il grande successo di *Facebook* sia dovuto ad alcuni fattori: connettersi e comunicare con persone che si ha incontrato e con gli amici della vita reale (Joinson, 2008, Ellison, 2007, Golder, 2007), e la possibilità di crearsene di nuovi (Joinson, 2008, Lampe, 2006, Ellison, 2007). Fogg and Eckles (2007) hanno teorizzato il “*behaviour chain model*” costruito per trovare una linea di comprensione tra i comportamenti del Web 2.0 e in particolare dei *Social Network*. Secondo tale modello gli utenti sono guidati ad entrare in una fase di scoperta (*discovery*). Successivamente vengono condotti in una fase di coinvolgimento superficiale (*superficial involvement*). Infine, vi è la fase di impegno effettivo (*true commitment*). La prima fase mira a commercializzare il sito in modo tale che gli utenti possano conoscerlo e visitarlo. Una volta che si sono iscritti al servizio, lo *user* entra nella seconda fase nella quale vengono mostrati metodi per la creazione di contenuti, scambio di informazioni e altre informazioni utili per convincere ad usare il sito. Si entra quindi nella terza fase, quando si recepisce la frequenza di utilizzo da parte degli utenti, del servizio. Questo terzo stadio è caratterizzato da tre tipi di comportamento: il primo è quello di creare valori e contenuti, come ad esempio inserire delle foto; il secondo essere attivi e fedeli al servizio a cui ci si è iscritti; invogliare gli altri individui a iscriversi, nel caso de *social*, con una richiesta di amicizia. Lampe (2006) ha studiato l’utilizzo di *Facebook* tra gli studenti universitari rilevando due principali usi: *social searching*, ovvero investigare e connettersi con amici della vita reale, e *social browsing*, cercare cioè nuovi amici o contatti. Tra i due quello che predomina è il primo. (Golder, 2007, Ellison, 2007, Joinson, 2008), ma il secondo è comunque evidenziato a causa del bisogno di condividere la propria identità con persone che abbiano idee simili alle tue (Joinson, 2008). Asimina Vasaloua, Adam N. Joinsona, Delphine Courvoisierb (2009) si sono serviti di questo modello soprattutto per la terza fase al fine di capire se il commitment fosse stabile o dipendesse da esperienze e cultura dell’utente. Innanzitutto, rimarcano, a supporto della tesi del true commitment, che gli utenti di *Facebook* mostrano una serie di comportamenti costanti durante l’utilizzo del sito: pubblicare foto, giocare, completare quiz, applicazioni, aggiornamenti di stato,

vedere fotografie ed essere taggati in esse, taggarle, scoprire altre applicazioni perché le usano altri amici, organizzare e partecipare ad eventi, ricevere una richiesta d'amicizia, visualizzare cosa hanno pubblicato gli altri utenti come status personale, usare la ricerca per trovare persone specifiche e unirsi ai più svariati gruppi.

In secondo luogo, viene sottolineato non è una caratteristica globale l'utilizzo dei *social* da parte dagli utenti: i giapponesi, ad esempio sono scettici riguardo *Facebook* ed hanno vociferato alcune argomentazioni per quanto riguarda le condizioni di identificazione che il sito impone. A questo proposito, Hargittai (2007) argomenta "Race, ethnicity and the education level of ones parents can predict which social network sites a student selects, suggests theres less intermingling of users from varying backgrounds on these sites than previously believed," (pag.1) . Egli afferma che la scelta del *social* di cui usufruire è legata a motivi di etnia e razza.

Sebbene *Facebook* venga considerato come uno strumento di rete sociale, studi recenti hanno rilevato la sua utilità in termini di attivismo e obiettivi per la formazione di una community; come ad esempio la lotta contro l'AIDS attraverso la diffusione e condivisione di informazioni (Jaganath, Gill, Cohen e Young, 2012), la difesa dell'ambiente (Martinello e Donelle, 2012), donazione degli organi (Goldman, 2012), utilizzo delle news politiche (Gil de Zúñiga, Jung, e Valenzuela, 2012) e pensiero politico (Conroy, 2012). In un ulteriore studio, un gruppo di ricercatori ha rivelato l'utilità del sito anche incentivare le persone all'impegno politico e civico e promuovere il dialogo (Harp, Bachmann e Guo, 2012). Secondo Denning (2000, p. 15), Activism is "(...) the use of the Internet in support of an agenda or cause", ovvero l'attivismo è l'utilizzo di internet per supportare un argomento, includendo quindi formare un sito web, navigare in internet per cercare informazioni, pubblicare materiale su un sito, trasmettere pubblicazioni elettroniche e lettere tramite email e usare la rete virtuale per discutere, formare coalizioni e organizzare delle attività. Ci sono cinque modalità di attivismo virtuale: raccolta e pubblicazione di informazioni, dialogo, coordinare le azione, pressare coloro che prendono decisioni. Gruppi e individui possono creare siti o account nei social network sui quali pubblicare eventi, mandare email alle newsgroup, creare post nei blog. In questo modo il sito diventa una piattaforma per raccogliere sostenitori e altri utenti online. All'interno di *Facebook* una delle componenti dell'apertura del sé o della costruzione della propria immagine risiede nella foto profilo. Hancock and Toma (2009) rimarcano che "con l'urgenza di *social network* basati su un profilo come MySpace o *Facebook*, la presentazione di sé nel mondo virtuale non è più delineata tramite un testo. Fondamentale è invece la foto profilo, una foto che sia mirata per avere successo nelle relazioni" (pag 368). Ritroviamo uno stretto legame tra la foto

profilo e il mondo maschile o femminile.

Noelle J. Huma, Perrin E. Chamberlin, Brittany L. Hambright, Anne C. Portwood, Amanda C. Schat, Jennifer L. Bevan hanno condotto una ricerca a riguardo. Lo scopo è stato quello di esaminare la differenza di costruzione del sé tra maschi e femmine confrontando le foto profilo su *Facebook*: secondo la teoria sociale del ruolo, i ruoli socialmente costruiti del genere hanno una qualche rilevanza quando compiono ruoli primari e creano identità o impressioni positive (Eagly, 1987, Eagly, Wood, e Diekmann, 2000). In particolare, i maschi raggiungono un alto punteggio di *face-ism* (la preminenza della faccia di qualcuno in un'immagine) nei loro profili fotografici (Cooley e Reichart Smith, 2010). Un'altra differenza risiede nel fatto che le ragazze tendono a pubblicare immagini inerenti all'alcol, mentre i ragazzi foto dell'utilizzo di marijuana (Morgan, Snelson, e Elison-Bowers, 2010). Un'ipotesi di questo risultato risiede nel fatto che, le ragazze pubblicando foto di alcol e i ragazzi mostrando foto di marijuana tendono ad avere più successo nelle loro relazioni. Questo il pensiero in linea con Bond (2009) il quale afferma che le femmine, più dei maschi tendono a "includere foto riguardanti amici, famiglia, vacanze, scuola e alcol" (pag.5). Dall'altro lato i maschi tendono a pubblicare foto in tema sportivo.

Più in generale, sono le ragazze che tendono a pubblicare foto, perché i ragazzi sono più propensi a mostrare video (Mesch e Beker, 2010). Hancock e Toma (2009) parlano dell'utilizzo di una selettiva percezione di sé, cioè il trasferimento dal testo alle foto profilo. I due ricercatori affermano che ci sono due motivi che portano a questo processo: desiderio di rafforzare la propria identità e presentarne un'accurata visione. La selezione del sé crea una tensione tra rafforzamento e dettaglio; contrasto che è stato perlopiù recepito tra le femmine che i maschi. Molto probabilmente perché i canoni di bellezza possono alterare l'aspetto esteriore di una donna talmente tanto che crea una rappresentazione fisica non appropriata della femmina.

Un'altra analisi riguardante l'esperienza di *Facebook* potrebbe focalizzarsi sui cosiddetti "Status update". Danilo Garcia, Sverker Sikström hanno condotto un esperimento, analizzando gli status di 304 individui, con lo scopo di definire a partire da essi la loro personalità. Gli studi si sono concentrati anche sulla triade oscura: psicopatia, narcisismo e machiavellismo.

Paulhus, e Williams (2002) affermano infatti che "La triade oscure è un costrutto di tre personalità: machiavellismo, narcisismo e psicopatia infracliniche che sono state giudicate socialmente avverse" (pag 556-563). I risultati hanno rivelato che nelle pagine di *Facebook* i narcisisti producono una grande promozione della propria identità (Buffardi e Campbell, 2008) sono ossessionati dal successo e pretendono sempre di essere ammirati (Ames, Rose e Anderson, 2006).

Il narcisismo è stato considerato come una forma di personalità socialmente avversa (Kowalski, 2001) che condivide le caratteristiche di altre due personalità, quali la psicopatia e il machiavellismo (Paulhus & Williams, 2002).

L'analisi degli stati è stata affrontata attraverso una loro rappresentazione semantica: sono state aggiunte i vettori semantici che rappresentano tutte le parole negli status di ogni partecipante. I partecipanti erano americani che avevano scritto un minimo di quindici stati su *Facebook* e a cui è stato chiesto di compilare un questionario. Questa ricerca ha voluto sottolineare che tali personalità negli status si ritrovano poiché gli utenti utilizzano questo *social* per incrementare il loro capitale sociale, cioè trarre beneficio dalle interazioni con gli altri, e il bisogno di chiarezza sociale, come fare del gossip o controllare di quale gruppo fa parte uno degli utenti del sito (Wilson, 2012).

Inoltre quando gli utenti del *social* interagiscono tramite gli stati esprimono un linguaggio che è legato alle personalità della triade oscura e dei comportamenti nevrotici.

I sentimenti sono un'altra grande tematica affrontabile per quanto riguarda *Facebook*: gli spazi digitali sono il luogo dove gli utenti possono esprimersi liberamente e naturalmente; dai messaggi che gli *user* scrivono si possono ricavare delle informazioni sulle loro emozioni durante la scrittura di questi testi. A seconda dei sentimenti trasmessi si può procedere con due tipi di approcci ai messaggi: il primo è un approccio basato sul lessico che risiede su parole che abbiano un carica sentimentale, il secondo riguarda l'apprendimento del mezzo, che si basa sul riconoscimento delle strutture. Seguendo questi due modalità d'analisi "*SentBuk*", un'applicazione di *Facebook* che ha come fine quello di raccogliere dati, è stata usata per esaminare i sentimenti nel sito. In una prima fase dell'esperimento sono stati raccolti e classificati messaggi e commenti contenuti nella bacheca dello *user*; nella seconda fase solo gli status sono stati classificati. I risultati per quanto concerne il primo approccio sono i seguenti: la maggior parte dei messaggi considerati positivi riguardavano gli auguri. Le parole che infatti che raggiungono le vette sono "abbracci" "compleanno" "baci" "congratulazioni". Tuttavia, seguendo sempre questo primo approccio tra gli status, si nota come la percentuale di messaggi neutri o negativi sia più alta dei messaggi positivi. Le parole più frequenti sono "vita", "grazie", "nuovo", "migliore", "amico", "amore". Nel secondo approccio sono stati classificate emoticon, simboli che simulavano una risata e le restanti parole, in negative o positive. I risultati di questa seconda classificazione sono stati molto alti data una previa rielaborazione del lessico.

### 3.2 Impatto e *self-disclosure*

Come per ogni *social*, *Facebook* presenta delle controversie e dei rischi. Una di queste riguarda le conseguenze con il condividere le proprie informazioni personali nei profili. E' il caso di una ragazzina di 14 anni che nel 2006 ha fatto causa a MySpace asserendo di essere stata abusata sessualmente da un utente adulto (MSNBC). Ci sono quindi dei fattori che influenzano gli adolescenti a riportare informazioni personali. Uno studio del Pew Research Center for the People and the Press riguardante l'utilizzo della tecnologia da parte degli adolescenti ha confermato non solo che internet rappresenta un mezzo importante per l'interazione (Lenhart, Madden, Hitlin 2005) ma anche che la maggior parte di loro ha un profilo su MySpace e *Facebook* (Lenhart, Madden 2007). Questa ricerca ha inoltre riportato come la comunicazione online tra teenager, influenzi il loro comportamento, implicando quindi che nei *social*, gli adolescenti hanno la possibilità di andare oltre i limiti della propria fisicità. I motivi per cui gli adolescenti espongono al web con tanta spontaneità le informazioni sono diverse. Uno di queste potrebbe essere il fatto che durante l'adolescenza vi siano delle trasformazioni caratterizzate da delle tensioni che accompagnano la formazione dell'identità personale: Vadeboncoeur, 2005, infatti afferma "Stanley Hall, il "padre dell'adolescenza" ha suggerito che questa fase di sviluppo è parte di un processo cumulativo verso la fase adulta. Hall è responsabile della nozione ampiamente accettata di adolescenza come un periodo di "tempesta e stress" (pag. 3, pag. 57). Cooley argomenta la nozione di costruzione del sé, dichiarando che gli adolescenti "gli adolescenti sono a volte morbosamente, spesso curiosamente preoccupati di come possano essere visti agli occhi degli altri" (1968, pag.128). Erickson spiega quei teenager che non hanno definito la loro identità, non convogliano l'intimità in se stessi ma si lanciano "in atti di intimità che sono promiscui senza una vera fusione o un vero abbandono del sé" (pag.135). Con questa teoria offre le basi per capire l'intimità nelle interazioni online su *Facebook*. Rawlins (1992) conferma la tesi di Erickson affermando che "gli adolescenti raggiungono la formazione del sé comunicativamente, attraverso i *Social Network*" (pag.59). Secondo Erikson (1968) individui con crisi d'identità sono più portati ad aprirsi nelle rete, a dispetto di coloro la cui formazione del sé è già stata raggiunta. Moon (2000) nelle sue ricerche dimostra come un computer possa influenzare la volontà del consumatore ad esporre la propria intimità. Rubin (1975) argomenta il fenomeno dello "straniero di passaggio": gli individui sono più portati a scambiarsi informazioni personali con utenti per loro

irrilevanti (Gibbs, 2006 e Rubin, 1975). Sproull e Kiesler (1991) affermano che le interazioni incorporee permettono agli individui di essere “simultaneamente legati l’un l’altro.” (pag.30).

Questa influenza di legami data da un’interazione meno incorporata permessa da *Facebook*, aiuta a spiegare il fatto che è necessario che ci sia un’apertura crescente per far arrivare il messaggio.

Pertanto, nell’adolescenza, gli amici di *Facebook* sono come un gruppo di riferimento con cui definire norme, standard e modi d’essere che gli utenti teenager difendono a priori per raggiungere un’identità fissa. In questo senso capace è capace di creare una cultura che influenza lo sviluppo dell’identità.

Il passaggio all’utilizzo del computer ha produce un notevole impatto per l’apertura del sé: i *Social Network* rimuovono infatti delle restrizioni temporali da una interazione, facilitando quindi la comunicazione aperta. Nel caso di *Facebook*, esso richiede che le persone scrivano le loro risposte prima di inviarle: in questo modo gli *user* hanno la possibilità di correggere o cancellare il messaggio per ottenere i risultati desiderati. Le persone usano il pc per costruire identità più positive e ricevere risultati migliori di quelli che sarebbero capaci di ottenere durante la comunicazione faccia a faccia (High e Caplan, 2009; Walther, 1996). A causa del fatto che vi è un’istanza di anonimato, le persone tendono a comunicare informazioni personali più online che in modo diretto, nella realtà (Tidwell e Walther, 2002).

Un altro punto interessante è la larghezza di banda emozionale, ovvero, la capacità degli utenti di controllare la loro apertura alla condivisione di informazioni personali. Essa può essere di due tipo, alta o bassa: nel primo caso l’utente utilizza un alto numero di tecnologie per trasmettere in larga quanta messaggi personali. Nel secondo caso con poca tecnologia vengono trasmesse informazioni personali. Combinando una serie di tecnologie (foto profilo, aggiornamento di stato, link etc.), i teenager su *Facebook* possono variare il modo in cui mostrare le loro emozioni nel profilo.

Canales, Karpinski e Duberstein 2009 argomentano che se i teenager danno troppa centralità al sito, effetti negativi ricadranno sulla produttività e lo svolgimento di attività. Troppo tempo speso in questo social fa diminuire la performance scolastica degli studenti e quindi i loro voti. Essi sono consapevoli del fatto che *Facebook* possa essere dannoso, ma non possono fare a meno di usarlo e chattare con persone, amici e parenti, anche se li vedono tutti i giorni (*Facebook* e Adan 2011).

Schulten (2009) afferma che “gli studenti hanno inglobato la loro vita sociale totalmente al sito” (pag.1). Al contrario, altri hanno capito che il *social* possa creare dipendenza e hanno quindi rifiutato di utilizzarlo. Csikszentmihalyi (1977) espone la teoria del flusso: questa teoria valuta l’interazione tra l’uomo e il computer e affronta la questione dell’utilizzo di internet tra gli



individui. In particolare, l'autore di questa teoria definisce il flusso come "una sensazione olistica che percepiscono le persone quando agiscono in una situazione di totale coinvolgimento" (pag.36). La persona è quindi interamente attratta dall'artefatto e coinvolti nell'azione. Pertanto *Facebook* rappresenta un artefatto in cui gli utenti iscritti compiono delle attività che stimola il loro flusso sulla piattaforma virtuale (Novak, 1998). Queste attività risultano come un divertimento intrinseco combinato con la curiosità e il piacere che incentivano a ripeterle, causando però anche perdita di tempo e l'incapacità di controllarsi nell'utilizzo di questi *task* o smettere completamente di usufruirne. Le persone sono per natura curiose (Hofstede,2010) e *Facebook* fornisce la possibilità di raggiungere informazioni lontane tramite un'interfaccia chiamata "wall" (bacheca). Il flusso di informazioni su questa bacheca sale, con l'aumento di utenti che si iscrivono al network. Questa circolazione tocca tutti i momenti della vita quotidiana, rendendo così *Facebook* una vera e propria mina dell'informazione che tutti possono allargare ed esplorare. Kiesler, (1997) sottolinea come il modo in cui le persone utilizzano i *Social Network*, specialmente in termini di comportamento e di riguardo nel condividere la propria privacy, è il risultato del loro background culturale.

Sana Rouis, Moez Limayem, Esmail Salehi- Sangari (2011) hanno condotto uno studio riguardo l'impatto di *Facebook* tra studenti della Luleå University of Technology, in Svezia. La ricerca è stata condotta per 239 studenti e i dati sono stati raccolti tramite lo SmartPLS software. I risultati hanno rilevato innanzitutto che l'utilizzo del network da parte di utenti particolarmente estroversi abbassava il loro livello scolastico. Studenti con più autocontrollo hanno la capacità di monitorarsi nell'utilizzo del *social*. La fiducia nelle persone non influenza la loro presenza e interazione nella rete sociale. Il coinvolgimento degli studenti con *Facebook* è regolato dalla loro capacità di autocontrollo oltre che dalla loro personalità che determina quanto tempo spendono sul network. Sebbene le soddisfazioni nella vita di uno studente declinino a causa del troppo coinvolgimento in *Facebook*, esse non giocano un ruolo negli obiettivi accademici. Ad ogni modo il focalizzarsi su un obiettivo è un elemento determinante per la realizzazione nella vita universitaria che limita l'effetto della loro presenza sulla piattaforma virtuale.

Vivian Hsueh-hua Chen, Tiffany Goh, Weiyi Li (2009) hanno eseguito delle ricerche per quanto concerne l'influenza di *Facebook* nel rapporto genitore e figlio. I figli intervistati avevano tra i 19 e i 25 anni, mentre i genitori tra i 46 e i 53 anni. Le due generazioni sono state intervistate separatamente con i seguenti risultati: per quanto riguarda la comunicazione, i genitori hanno affermato che *Facebook* apre al dialogo, mentre i figli sottolineano la possibilità di parlare con i

loro di genitori, di qualcosa che entrambi sanno. Interessante il fatto che la loro comunicazione non si limitasse alla sfera virtuale, ma anche a quella reale: se genitore e/o notano qualcosa sul sito, ne discutono anche faccia a faccia. Entrambi parenti e genitori utilizzano *Facebook* per affermarsi l'un l'altro, per avere dei riscontri. In termini di trasparenza, è scaturito che i figli vedono questo contatto virtuale con i genitori un modo per migliorare la relazione con essi. Dall'altra parte i genitori sanno che i loro figli non hanno nulla da nascondere. Inoltre è stato rilevato che l'utilizzo di *Facebook* da parte dei figli aumenta la loro autonomia e di conseguenza i genitori sono meno autoritari. Infine in casi in cui tra padre e figlio ci sia già un rapporto stretto, su *Facebook* non si riscontra un aumento della relazione, ma essa rimane stabile.

### 3.3 Cyberbullismo

La maggior parte degli studenti usufruiscono della tecnologia in modo responsabile, ma alcuni la sfruttano per ferire, umiliare, imbarazzare e attaccare personalmente gli altri individui (Hinduja & Patchin, 2012b; Kowalski, Limber, e Agatston, 2008; Patchin e Hinduja, 2010). Hinduja & Patchin, 2009, 2012) definiscono il cyberbullismo come "una male volontario e ripetuto inflitto attraverso l'uso di computer, cellulari e altri dispositivi elettronici (Hinduja e Patchin, 2009, p. 5). I cyberbulli non hanno limiti né di tempo né di spazio e possono nascondersi sotto uno stato di anonimata attaccando gli altri facilmente, in ogni momento e in ogni luogo (Kowalski, 2008). Il bullismo online può inoltre risultare più pericoloso di quello offline perché l'attacco può derivare da suoni, testi, foto, video, sondaggi (Li, 2007 e Sabella, 2008). Anche se sono eventi che accadono nel mondo virtuale, non è un fenomeno che va sottovalutato perché le conseguenze si riscontrano anche nella vita reale. Alcune ricerche hanno infatti evidenziato che il cyberbullismo sia associato a sentimenti negativi quali tristezza, rabbia, imbarazzo, paura (Hindu e Patch in, 2007; Patchin e Hinduja, 2011; Ybarra e Mitchell, 2007) e queste emozioni sono state legate alla delinquenza e violenza tra giovani (Aseltine, Gore, e Gordon, 2000; Broidy e Agnew, 1997; Mazerolle, Burton, Cullen, Evans, e Payne, 2000; Mazerolle e Piquero, 1998). Il bullismo virtuale è stato inoltre correlato a bassa autostima, tendenze suicide, difficoltà scolastiche, atteggiamenti di aggressione, utilizzo di sostanze, portare un'arma a scuola e al classico bullo che offende e si crea delle vittime (Hinduja e Patchin, 2007, 2008, 2009; Schneider, O'Donnell, Stueve, e Coulter, 2012; Ybarra, Diener-West, e Leaf, 2007; Ybarra e Mitchell, 2004). Il rischio che si corre informando genitori, scuole e studenti riguardo al cyberbullismo è quello di divulgare involontariamente fatti non veri; è

sempre quindi utile attestarsi a ricerche recenti. Una di queste considerazioni erranee è quella di ritenere che tutti siano a conoscenza di cosa sia bullismo virtuale: succede perché le contraddizioni riguardo la definizione di bullismo virtuale portano a concepire una diversa natura del termine causando confusione di significato del termine e disinformazione (Mishna, Pepler, e Wiener, 2006; Patchin e Hinduja, 2012). Un altro motivo di questa contraddizione è il fatto che il termine bullismo e cyberbullismo viene utilizzato tra adulti e bambini senza distinzione: alcuni studenti, ad esempio, si lamentavano di essere stati vittima di bullismo perché non erano stati invitati ad una festa. Giustificavano ciò, affermando che erano stati una volta presi in giro (Williams e Guerra, 2007; Wolak, Mitchell, e Finkelhor, 2007). Un'altra considerazione erranea è affermare che il cyberbullismo si stia verificando a livelli stratosferici; le conseguenze sono problematiche: innanzitutto gli studenti ritengono che se la maggior parte dei loro coetanei pratici cyberbullismo o lo abbia subito, non ritengono il fenomeno importante. In secondo luogo dona una cattiva reputazione all'adolescenza, affermando che i giovani di oggi sono meno rispettosi di un tempo. In realtà nell'ultima decade, la violenza tra i giovani è diminuita (Finkelhor, 2013; National Center for Education Statistics, 2013). Infine, considerare il cyberbullismo come un fenomeno che si diffonde a livello epidemici porta genitori e adulti ad un'eccessiva autorità controllando il comportamento dell'adolescente, senza tollerare condizioni (Hinduja e Patchin, 2009).

In realtà è difficile misurare la diffusione del cyberbullismo: sia a causa della prima considerazione erranea analizzata all'inizio, sia perché gli approcci a questo tipo di questione sono molto diversi. Terza questione scorretta è considerare il cyberbullismo come causa di suicidio: c'è sicuramente una stretta correlazione tra i due fattori, ma non ci sono evidenze statistiche secondo le quali venga affermato che il bullismo virtuale porti a togliersi la vita. Hinduja and Patchin (2010) sottolineano infatti che "il cyberbullismo non porta al suicidio. Ma piuttosto tende ad allargare lo stato di instabilità e disperazione nella mente del teenager che sta già affrontando i vari eventi della vita che gli causano più stress" (pag. 217). Quarta considerazione non corretta: il cyberbullismo si verifica più spesso del bullismo tradizionale: con la diffusione della tecnologia e delle storie sul cyberbullismo tramite essa, si è giunti a pensare che il bullismo tradizionale sia un questione a bassa frequenza di verifica rispetto al bullismo online. Tuttavia studi recenti hanno sottolineato come il 27,8% di studenti hanno subito casi di bullismo, mentre solo il 9% riporta di essere stato vittima di bullismo. Quinta affermazione scorretta: il cyberbullismo, come il bullismo è un'esperienza che tutti gli adolescenti affrontano e che fa crescere: genitori e teenager tendono a minimizzare questo fenomeno virtuale affermando che si tratti solo di un'esperienza

adolescenziale (Parris, Varjas, Meyers e Cutts, 2012). Non è chiaramente così. L'attuale presidente degli Stati Uniti, durante una conferenza, ha infatti sottolineato che delle volte si sottovaluta il fenomeno del bullismo online (2011).

Un'altra credenza comune, afferma che coloro che praticano bullismo online, siano degli emarginati o dei ragazzini superficiali: è parzialmente vero. I bulli online sentono il bisogno di avere il controllo totale su di un bambino, poiché facendo questo riceverebbero stima e un'alta considerazione da parte dei coetanei (Adler & Adler, 1995, 1996; Faris e Felmlee, 2011; Vaillancourt e Hymel, 2006). Ma Elizabeth Englander (2008) rimarca che "i bulli virtuali, identificano essi stessi nella loro rabbia e nel desiderio di vendetta, i motivi che li spingono a praticare cyberbullismo. Un secondo motivo è riportato dagli studenti che rivelano come si imbattano nel bullismo virtuale per compiere uno scherzo" (pag.8)

Per fermare il cyberbullismo è sufficiente spegnere computer e cellulari: questa un'altra convinzione del tutto non vera. Incoraggiare gli adolescenti a spegnere il pc o telefonini non porta a nessuno effetto. Inoltre se il target scelto per il cyberbullismo non ha compiuto niente di male usufruendo degli strumenti tecnologici, non c'è motivo per cui debba essere punito. Sarebbe come penalizzare uno studente perché a scuola si comporta in modo corretto (Hinduja e Patchin, 2009); la tecnologia è onnipresente e integrata in tutti gli aspetti della vita (Madden, Lenhart, Duggan, Cortesi, e Gasser, 2013).

Ang and Goh (2010) rimarcano come l'empatia giochi un ruolo fondamentale nel cyberbullismo: ragazzi e ragazze con bassa empatia riportano alti casi di questo fenomeno virtuale. Schultze Krumbholz e Scheithauer (2009) sottolineano che maschi e femmine vittime o autori di cyberbullismo registrino un basso livello di empatia rispetto ad altri teenager non coinvolti; lo stesso affermano Steffgen, König, Pfetsch e Melzer (2011).

Ridurre i rischi del cyberbullismo è un processo che richiede la partecipazione di sostenitori professionisti dei giovani. Il consiglio scolastico, ad esempio, è uno di questi perché possono dare il supporto necessario agli studenti, un aiuto che, più specificatamente, riempie cinque aree tematiche: facilita lo sviluppo delle regole scolastiche, educare i genitori, educare gli studenti, sviluppare dei programmi per aiutare i propri coetanei, fornire dei servizi di risposta come consigliare delle opportunità. A sostegno del primo punto troviamo il dipartimento dell'educazione degli Stati Uniti, che ha sottolineato come sia importante che il consiglio scolastico riveda le sue regole riguardanti il cyberbullismo di modo tale da rispondere a determinati atteggiamenti attraverso una struttura appropriata stabilita dalla norma (Temple, 2012).

Per quanto riguarda il secondo e terzo ambito viene sottolineato come gli adulti siano limitati nell'aiutare i ragazzi a ridurre i rischi, data la mancanza di competenza dell'ambito (Li, 2010). E' quindi necessario, oltre a fornire ai ragazzi dei programmi di aiuto per ridurre i rischi, informare gli adulti riguardo la comunicazione online e il fenomeno del bullismo virtuale.

Servirsi dei compagni di scuola per aiutarne altri porta svariati vantaggi: miglior comunicazione e relazione fra studenti, sentimenti positivi ed un ambiente più tranquillo nella scuola, il messaggio che si vuole trasmettere viene ampiamente recepito, alta visibilità, valutazione del piano di studi, attività di studio da parte di coloro che si rivelano come i più intuitivi nel verificare cosa funziona e cosa non funziona, fornire delle piattaforme sulle quali gli studenti che aiuto altri coetanei che ravvisano casi di bullismo possono modellare comportamenti appropriati di altri, da emulare.

Ad ultimo, con servizi di risposta, si intende gruppi di sostegno che possano far capire a chi pratica bullismo, le conseguenze a cui dovrebbe successivamente andare incontro. Cercando quindi di risolvere i propri conflitti interiori, controllare la rabbia migliorare le proprie interazioni sociali (Beaty e Alexeyev, 2008; Borg, 1998; Camodeca e Goossens, 2004; Haynie, 2001; Pellegrini, Bartini, e Brooks, 1999).

## Conclusioni

Nel terzo capitolo è stato esaminato uno dei luoghi virtuali più popolari: *Facebook*, evidenziando diversi fattori: esso rappresenta un esempio mondiale, di come gli adolescenti esprimano se stessi: foto, status, condivisione di link, applicazioni di vario genere, sono tutti strumenti che possono essere sfruttati al fine di rilevare al meglio la propria identità. “Rosen argomenta che gli utenti di *Facebook* hanno la tendenza a descriversi essi stessi come prodotti” (Bugeja, 2006, p. 2). Data la sua costruzione, questo Social Network ha guadagnato un impatto molto forte tra le persone, e soprattutto tra i teenager. Non solo, l’impatto è talmente grande che si riscontra la possibilità di creare gruppi di attivisti o socialmente utili che possono farsi conoscere e diffondere le loro idee tramite le più svariate applicazioni di cui il network dispone. All’interno del *social*, di estrema delicatezza viene considerato il fenomeno del bullismo online. Sono stati affrontati quindi questa tematica e rimarcando innanzitutto che molta gente è convinta di essere informata a riguardo, ma non lo è. In secondo luogo i mass media creano confusione nella mente dei loro spettatori, generando la disinformazione. Per poter affrontare un caso del genere, è necessario innanzitutto conoscere in modo completo il fenomeno e non sottovalutarlo. Come Hinduja and Patchin (2009) affermano “ uno dei passi più importanti che un distretto scolastico possa compiere per aiutare a proteggere i suoi studenti dal punto di vista della responsabilità, è quello di avere un’idea chiara e comprensiva per quanto riguarda bullismo, molestia, tecnologia e le loro intersezioni: il cyberbullismo” (pag188).

Nel secondo capitolo viene descritta la relazione tra adolescenti e reti sociali rimarcando che esse conducono ad una più ampia apertura e formazione del sé; di conseguenza gli utenti tendono ad influenzarsi l’un l’altro, coinvolgendo persino i propri sentimenti. Perché, come viene rilevato nel capitolo a seguito di questa analisi, ciò di cui hanno bisogno è esprimere se stessi e dato che gli altri non possono vederli, tentano di costruire un’immagine di se il più accurata possibile. Conseguentemente sono stati evidenziati i rischi a cui vanno incontro gli adolescenti, usufruendo, in queste modalità, del *network*: l’atteggiamento poco sicuro di rivelare informazioni personali a sconosciuti, ad esempio, o il fatto di incentrare la propria vita in un modo virtuale. Per questo motivo autorità significative come i genitori e la scuola, non devono essere tenuti all’oscuro di ciò che gli adolescenti compiono online.

Infine, nel primo capitolo sono stati analizzati i *social* tramite un’analisi globale: *I Social Network*, in quanto sistema virtuale che racchiude per intero la nostra vita sociale e quotidiana, i cambiamenti delle relazioni e il modo di comunicare: il rapporto creatosi con gli altri risulta

differente da quello che si instaura nella vita reale. “Non chiamo più nessuno, controllo il loro profilo di *MySpace*, scrivo loro un messaggio, mando una mail. La prima cosa che faccio quando arrivo a casa è guardare il mio profilo su *MySpace*, e lo stesso faccio quando vado a dormire” - Cameron, 12 anni. (Rosen,2007, pag.1). Tuttavia, poiché mondo reale e mondo virtuale sono interconnessi, si riscontra la possibilità di mantenere saldi relazioni già intime nella realtà e la possibilità, al contrario, di ricercare nuove amicizie. La mancanza di una comunicazione *face-to-face*, predilige infatti che la possibilità di porsi in modo diverso all’altro, all’utente; magari, come scaturito dalla ricerca condotta, anche attraverso la creazione di una falsa identità.

Altro punto su cui la tesi si è focalizzata, il ruolo fondamentale lo ricopre il fattore della responsabilità: ognuno è responsabile del proprio *social* nei confronti degli altri utenti.

## Bibliografia

A.Rizzo John, Ali Mir M. e Amialchuk Aliaksandr (2012) "The Influence of Body Weight on Social Network Ties among Adolescents", *Economics & Human Biology* Vol. 10, No. 1: 20–34

Barkoukis Vassilis, Lazuras Lambros, Ourda Despoina, Tsorbatzoudis Haralambos "A process model of cyberbullying in adolescence", *Computers in Human Behavior*, 29: 881–887

Bellur Saraswathi, C. High Andrew e Oeldorf-Hirsch, Anne (2014), "Misery rarely gets company: The influence of emotional bandwidth on supportive communication on Facebook", *Computers in Human Behavior*, 34: 79–88

Borch Casey e Simpson Brent, (2005), "Does Power Affect Perception in Social Networks? Two Arguments and an Experimental Test", *Social Psychology Quarterly*, Vol.68, No.3: 278-287

Brianna Kathleen Livsey, (2013), "Self-Concept and Online Social Networking in Young Adolescents: Implications for School Counselors",

[URL:http://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/22468/LIVSEY-MASTERSREPORT-2013.pdf?sequence=1](http://repositories.lib.utexas.edu/bitstream/handle/2152/22468/LIVSEY-MASTERSREPORT-2013.pdf?sequence=1)

C. Meldrum Ryan, M. Weerman Frank e T.N. Young Jacob, (2012), "Changes in self-control during adolescence: Investigating the influence of the adolescent peer network", *Journal of Criminal Justice*, 40: 452–462

Chen Stephen (2009), "Corporate Responsibilities in Internet-Enabled Social Networks", *Journal of Business Ethics*, 90:523–536

Cirillo Loredana e Lancini Matteo (2013), "Il trattamento delle dipendenze da internet in adolescenza", *Psichiatria e Psicoterapia*, Vol.32, No.2: 89-100



Courvoisier Delphine, N. Joinson Adam e Vasalou Asimina (2010), "Cultural differences, experience with social networks and the nature of "true commitment" in Facebook", *International Journal of Human-Computer Studies*, Vol. 68, No. 10: 719–728

Delfino M., Manca S., e E. Mazzoni (2009) "Coding procedures to analyse interaction patterns in educational web forums", *Journal of Computer Assisted Learning*, 25: 189–200

De Rosa Corrado, Fiorillo Andrea, Magliano Lorenza, Maj Mario, Malangone Claudio, e il National Mental Health Project Working Group (2006), "Social network in long-term diseases: A comparative study in relatives of persons with schizophrenia and physical illnesses versus a sample from the general population", *Social Science & Medicine* 62: 1392–1402

Frisén Ann, K. Smith Peter e Slonje Robert, (2013), "The nature of cyberbullying, and strategies for prevention", *Computers in Human Behavior*, 29: 26–32

Dooley Barbara, Fitzgerald Amanda Kenny Rachel, (2013) "Interpersonal relationships and emotional distress in adolescence", *Journal of Adolescence*, 36: 351–360

E. Cheadle Jacob e Schwadel Philip, (2012) "The 'friendship dynamics of religion,' or the 'religious dynamics of friendship'? A social network analysis of adolescents who attend small schools", *Social Science Research*, 41: 1198–1212

E. Chamberlin Perrin, C. Schat Amanda, C. Portwood Anne, J. Huma Noelle e L. Bevan Jennifer L. Hambricht Brittany (2011), "A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs", *Computers in Human Behavior*, 27: 1828–1833

Espinoza Guadalupe, M. Reich Stephanie, Subrahmanyama Kaveri, Natalia Waechter, (2008) "Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults", *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29: 420–433

Faas Albert J., Jones Eric C., Mccarty Christopher, Murphy Arthur D. Tobin, Graham A. e Whiteford, Linda M, (2013), "Cross-Cultural and Site-Based Influences on Demographic, Well-being, and Social Network Predictors of Risk Perception in Hazard and Disaster Settings in Ecuador and Mexico: Predictors of Risk Perception in Hazard and Disaster Settings in Ecuador and Mexico", Scholarly Journals, Vol.24, No.1: 5-32

Feng Yang e Xie Wenjing (2014), "Teens' concern for privacy when using social networking sites: An analysis of socialization agents and relationships with privacy-protecting behaviors", Computers in Human Behavior, 33: 153–162

Garcia Danilo e Sikström Sverker (2013), "The dark side of Facebook: Semantic representations of status updates predict the Dark Triad of personality", Personality and Individual Differences, 1-5

Goh Tiffany, Hsueh-hua Chen Vivian e Li Weiyi (2010), "Welcome to Facebook: How Facebook Influences Parent-Child Relationship", URL: <http://owni.fr/files/2010/10/Welcome-to-Facebook-How-Facebook-influences-Parent-child-relationship.pdf>

Guo Liang, Guo Zhongshi, Shen Fei e Wang Ning, (2009), "Online network size, efficacy, and opinion expression: assessing the impacts of internet use in China", International Journal of Public Opinion Research Vol. 21 No. 4: 451-476

Hänel Martha J., Neyer Franz, Wagner Jenny e Wrzus Cornelia, (2013) "Social Network Changes and Life Events Across the Life Span: A Meta-Analysis", Psychological Bulletin Vol. 139, No. 1: 53-80

Hinduja Sameer, Patchin Justin W, e Sabella Russell A., (2013), "Cyberbullying myths and realities", Computers in Human Behavior 29: 2703–2711

Hsi-Peng Lu e Kuan-Yu Lin (2011), "Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory", Computers in Human Behavior Vol. 27, No.3: 1152–1161

Jaafar Noor Ismawati, Ainin Sulaiman e Anne Marie Warren (2014), "Facebook: The enabler of online civic engagement for activists", *Computers in Human Behavior*, 32: 284–289

Jordán-Conde Zayira, Mennecke Brian, Townsend Anthony (2013), "Late adolescent identity definition and intimate disclosure on Facebook", *Computers in Human Behavior*, Vol. 33: 356–366

Kwon Ohbyung e Yixing Wen (2010) "An empirical study of the factors affecting social network service use", *Computers in Human Behavior*, 26: 254–263

LaRose Robert, Oh Jung Hyun, Ozkaya Elif, (2014), "How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction", *Computers in Human Behavior*, 30: 69–78

Limayem Moez, Rouis Sana, Salehi-Sangari Esmail (2011), "Impact of Facebook Usage on Students' Academic Achievement: Roles of Self-Regulation and Trust", *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, Vol.9 No. 25: 961-994

Livingstone Sonia, Ólafsson Kjartan, Staksrud Elisabeth, (2013), "Does the use of social networking sites increase children's risk of harm?", *Computers in Human Behavior*, 29: 40–50

Long, Jaime Rebekah, (2012) "Relationship of Self-Concept, Depression, Academic Estimation, and Online Social Networking in Adolescents", URL: <http://scholarworks.umt.edu/etd/814/>

Lu Naiji, M.B. Silenzio Vincent, M. Homan Christopher, R. Duberstein, Tu Xin e Wan Tang Paul, (2009), "Connecting the invisible dots: Reaching lesbian, gay, and bisexual adolescents and young adults at risk for suicide through online social networks, *Social Science & Medicine*, 69: 469–474

Martino Francesco e Spoto Andrea (2006), "Social Network Analysis: A brief theoretical review and further perspectives in the study of Information Technology", *PsychNology Journal*, 2006 Vol.4, No. 1: 53 – 86

Michell Lynn e Pearson Michael (2000), "Smoke rings: Social network analysis of friendship groups, smoking and drug-taking" *Drugs; Education, Prevention and Policy* vol. 7, No.1: 21-37

Patchareeya Pumpuang Kwan (2010), "Contextualizing social network influences on substance use among high risk adolescents", Proquest, Umi Dissertation Publishing

Rosa M. Carro, José M. Martín e Alvaro Ortigosa (2014), "Sentiment analysis in Facebook and its application to e-learning", *Computers in Human Behavior*, 31: 527–541

Saraswathi Bellur, Andrew C. High e Anne Oeldorf-Hirsch (2014), "Misery rarely gets company: The influence of emotional bandwidth on supportive communication on Facebook", *Computers in Human Behavior*, 34: 79–88

T. Stephen Andrew e Wilcox Keith (2013), "Are Close Friends the Enemy? Online Social Networks, Self-Esteem, and Self-Control", *Journal of Consumer Research*, Vol. 40, No. 1: 90-103

Zheng Yan (2008) "Useful resources, important messages: The explosion of parenting books on adolescents and social networking sites", *Journal of Applied Developmental Psychology*, Vol 29, No. 6: 472–474





## Ringraziamenti

Questo traguardo raggiunto è molto importante per me, perché è il frutto di un lungo percorso che non sempre è risultato facile da affrontare.

Arrivata alla fine del cammino sono molte le persone che vorrei ringraziare.

Ringrazio, innanzitutto, la professoressa Puggelli e la Dottoressa Grandi, per la disponibilità e l'aiuto durante la stesura di questa tesi.

Un grande grazie va ad alcuni dei miei compagni di corso, che hanno reso la mia vita in università, una bella esperienza: Chiara A., Cristina, Silvia P., Maria Nunzia, Giulia C., Alice, Elisabetta, Giulia A., Silvia G. Chiara C. Ilaria, Cecilia, Barbara, Gaia, Sabrina, Paolo, Stefano, Umberto. Grazie davvero! Grazie ai miei amici che mi sono sempre stati vicini, quando pensavo di non arrivare mai alla fine. Tra di loro, vorrei soprattutto ringraziare Fabiana, Eva e Martina, Cristina, Flavia. Grazie di cuore! Ringrazio i miei genitori, per avermi permesso di studiare ciò che preferivo e per la loro pazienza. Un grazie a mio fratello Daniele, per i piccoli consigli che ha saputo darmi durante la mia carriera universitaria, e a mio fratello Luca che mi è sempre stato vicino, fino alla fine; anche da lassù ho sempre sentito la sua presenza. Grazie, Luca!

Mi sembra necessario ringraziare tutte quelle persone che, commentando ai miei post nel gruppo, presente su *Facebook*, "La setta dei linguisti", mi hanno dato un grande aiuto fornendomi informazioni di ogni genere; dalle date, agli esami, ai professori, etc. Grazie!

Desidero anche ringraziare quelle persone con cui ho avuto contatto durante un periodo che ho passato in Germania al fine di migliorare le mie capacità linguistiche del tedesco: Maria e Alberto, che mi hanno gentilmente ospitato nella loro casa, e i loro figli con cui ho avuto modo di scambiare qualche conversazione, Anna, l'insegnante del corso che ho frequentato, i miei compagni di corso (in particolare Bruna, Kimberly, Mohamed, Ivana, Kasia, Daniela e Analie). Un grande grazie, perché se sono arrivata fin qui, è anche merito vostro!

Infine, rivolgo un grazie particolarmente sentito a Matteo, che mi ha sempre spronato a non mollare mai, ha creduto in me, donandomi una gran forza e accogliendo con amore le mie ansie e le mie crisi. Grazie immensamente!