

Dipendenza da Internet e benessere psicologico in giovani adulti liguri

Carlo Chiorri, psicologo e professore associato di psicometria presso il Dipartimento di Scienze della Formazione, Università di Genova

Cristiana Busso, psicologa e psicoterapeuta presso il S.S. Sert Distretto 13 Asl3, Genova

Luca Massa, laureando magistrale in Psicologia presso il Dipartimento di Scienze della Formazione, Università di Genova

Introduzione e sinossi¹

Il World Wide Web come lo conosciamo oggi ha avuto inizio il 30 aprile 1993, quando il CERN rese di pubblico dominio un progetto di qualche anno prima di Tim Berners-Lee, il cui scopo era quello di permettere un più rapido scambio di informazioni fra i fisici delle università di tutto il mondo (Giampietro, 2013). Solo due anni dopo, uno psichiatra newyorkese, Ivan Goldberg, per ironizzare sui rigidi criteri diagnostici proposti dell'allora appena pubblicato DSM-IV (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, 4th edition, American Psychiatric Association, 1994) descrisse su un sito online per psichiatri ora non più accessibile (PsyCom.net) un ipotetico "Internet Addiction Disorder" (IAD), con tanto di sintomi e criteri per la diagnosi derivati dai "comuni" disturbi da dipendenza di sostanze. Quello che Goldberg non poteva aspettarsi è che dopo la pubblicazione di questo articolo satirico parecchie persone si rivolgessero a lui in cerca di aiuto per il problema che aveva descritto (New Yorker Magazine, 1997). Nel 1996 sono stati descritti i primi casi di giovani utilizzatori della rete che presentavano caratteristiche di dipendenza analoghe a quelle da sostanze stupefacenti, alcol o gioco d'azzardo, con effetti deleteri sul rendimento accademico e sulla qualità delle relazioni interpersonali (Brady, 1996; Griffiths, 1996; Murphey, 1996, Young, 1996). La comunità scientifica si è quindi subito attivata per sviluppare strumenti di diagnosi e trattamento di questo nuovo disturbo, e nel 1998 Kimberly S. Young ha pubblicato la scala *Internet Addiction Test* (IAT), un test psicologico per la valutazione della severità della dipendenza da Internet.

Nonostante la sua storia ormai più che ventennale, lo IAD non è ancora stato ufficialmente riconosciuto come un disturbo vero e proprio nell'ultima edizione del DSM (DSM-5, American Psychiatric Association, 2013), in quanto le prove empiriche disponibili alla pubblicazione del manuale non giustificavano la sua inclusione nella sezione delle dipendenze non da sostanze. Tuttavia, il disturbo da gioco su Internet è stato inserito nella Sezione 3, che raccoglie le proposte di proposti criteri diagnostici per quelle condizioni che richiedono un maggior approfondimento prima di poter essere considerate veri e propri "disturbi".

Uno dei potenziali motivi di questa esclusione può essere trovato nell'eterogeneità che lo IAD assume in funzione dell'attività svolta. Secondo un rapporto pubblicato dalla Presidenza

¹ Questa sezione descrive i presupposti dello studio e i principali risultati per un pubblico di non esperti. I dettagli tecnici del lavoro sono riportati nell'Appendice Tecnica.

del Consiglio dei Ministri, Dipartimento Politiche Antidroga (2016, p. 10) sugli studenti universitari, i principali tipi di dipendenza da Internet sono cinque:

- Dipendenza dal sesso virtuale: comportamenti legati allo scaricare, visionare e commerciare materiale pornografico online, e all'interagire in chat-room per soli adulti;
- Dipendenza dalle relazioni virtuali: le persone con le quali si interagisce online divengono più importanti delle persone (familiari, amici) con le quali si ha un rapporto nella realtà;
- Gioco Online: gioco d'azzardo patologico, videogame, shopping compulsivo e commercio online compulsivo
- Sovraccarico cognitivo: comportamento compulsivo di ricerca e organizzazione di dati dal Web;
- Gioco Offline: giochi che non prevedono l'interazione di più giocatori e non sono giocati direttamente in rete.

Indipendentemente dall'attività prevalente, la dipendenza si manifesta con il dedicare una grande quantità di tempo ed energie allo stare online, e questo comporta una grave compromissione del funzionamento sociale e lavorativo dell'individuo. Inoltre, la persona presenta fenomeni analoghi a quelle di altri tipi di dipendenza, come la tolleranza, il *craving* e l'assuefazione.

In questo studio, condotto congiuntamente dal Dipartimento di Scienze della Formazione dell'Università di Genova e dal Sert Distretto 13 Asl3, Genova, si è indagata l'associazione del livello di severità dei "sintomi" di IAD, così come misurato dalla scala di Young, con il comportamento online e alcune caratteristiche di personalità di studenti della classe quinta di alcune scuole superiori di Genova. In particolare, ci si è soffermati su tratti personologici che la recente letteratura scientifica ha individuato come critici per lo IAD, quali l'ansia sociale (si veda per esempio: Caplan, 2007; Pierce, 2009), la ricerca di sensazioni (si veda per esempio: Velezmo, Lacefield, & Roberti, 2010), l'autostima (si veda per esempio: Sevelko et al., 2018), l'impulsività (si veda per esempio: Meerkerk, van den Eijnden, Franken & Garretsen, 2010), i tratti di personalità dei Big Five (si veda per esempio: Kayis et al., 2016), e le strategie di regolazione emotiva (si veda per esempio: Evren, Evren, Dalbudak, Topcu, & Kutlu, 2018).

I dati sono stati raccolti in maniera anonima e previa approvazione della dirigenza scolastica (Appendice 1) e consenso alla partecipazione degli intervistati (Appendice 2). Lo studio ha coinvolto nove scuole superiori di Genova (Bergese, Cassini, D.Galliera, Fermi, Immacolatine, Lanfranconi, M.Polo, Pertini, S.Giorgio) e un totale di 661 studenti maggiorenni, ai quali è stato somministrato un questionario cartaceo (Appendice 3) composto da due parti. Nella prima parte venivano poste domande per raccogliere informazioni di contesto quali genere, età, livello socio-economico della famiglia di origine, disponibilità e frequenza di uso di dispositivi per la connessione a Internet, motivi per cui viene trascorso tempo su Internet, atteggiamenti nei confronti di Internet, pericoli corsi durante la permanenza online, abilità percepita nell'uso di dispositivi e applicativi per la navigazione online, atteggiamenti e comportamenti dei genitori verso l'attività online dei figli, relazioni sociali e andamento scolastico. Nella seconda parte venivano presentati dei test psicologici per la misura della dipendenza da Internet, dell'ansia sociale, della ricerca di sensazioni, dell'autostima, dell'impulsività, dei tratti di personalità dei Big Five e delle strategie di regolazione emotiva.

I dati sono stati successivamente elaborati presso il Dipartimento di Scienze della Formazione dell'Università di Genova mediante tecniche di analisi statistica descrittiva e inferenziale. In particolare, per indagare le relazioni del livello di dipendenza da Internet con le altre caratteristiche comportamentali e psicologiche rilevate in questo studio è stata utilizzata una tecnica di recente sviluppo chiamata *network analysis*, che rispetto alle tecniche

tradizionali consente una maggiore precisione e profondità dell'indagine delle relazioni dirette fra le variabili.

I risultati hanno mostrato come la dipendenza da Internet sia in particolare associata con l'essere maschio e con un'alta frequenza di attività online, che a loro volta possono spiegare anche le correlazioni positive una maggiore frequenza di situazioni potenzialmente rischiose online (es., richieste sessuali da parte di sconosciuti, cyberbullismo, ecc.) e con una maggiore attenzione da parte dei genitori. A livello psicologico, maggiori livelli di dipendenza da Internet sono associati a minori livelli di autostima (tendenza a valutare se stessi positivamente) e coscienziosità (tendenza ad essere organizzati, affidabili, auto-disciplinati e concentrati sul compito) e a livelli maggiori di ansia sociale (tendenza a provare ansia e disagio in situazioni nelle quali si interagisce con gli altri), oltre che a maggiori livelli di strategie psicologiche disfunzionali nel gestire emotivamente gli eventi spiacevoli. In particolare, persone con alti livelli di dipendenza da Internet tendono a enfatizzare la gravità dell'evento spiacevole, a pensare ad altre questioni più piacevoli invece che all'evento, a rimuginare costantemente sui sentimenti e pensieri associati all'evento, e a incolpare sia gli altri, sia se stessi, per quanto successo.

I risultati di questo studio sono coerenti con quanto già noto in letteratura, ma grazie alla particolare tecnica di analisi utilizzata hanno consentito di individuare quali caratteristiche personali dei partecipanti sono in relazione diretta con la dipendenza da Internet. Se i correlati comportamentali sono ovvi (persone con più alti livelli di dipendenza trascorrono più tempo online, usano di più lo smartphone, si sentono più abili nell'utilizzare queste tecnologie), quelli psicologici hanno importanti implicazioni sul piano clinico, in quanto riguardano aspetti della personalità che verosimilmente possono essere degli antecedenti della dipendenza da Internet e sui quali la psicoterapia può intervenire agendo quindi sulla causa. A questo riguardo, è importante notare che i risultati qui presentati non costituiscono una prova empirica definitiva a supporto di questa ipotesi: la particolare metodologia di raccolta dati impiegata in questo studio, ossia un'osservazione *simultanea* di tutte le variabili di interesse (prospettiva *trasversale*), non consente di trarre conclusioni definitive sui nessi causa-effetto, in quanto manca una condizione necessaria quale l'aver osservato che sul piano temporale il variare della variabile considerata causa avviene *prima* del variare della variabile considerata effetto. È quindi auspicabile che studi futuri possano adottare una prospettiva *longitudinale*, in modo da verificare empiricamente le ipotesi qui avanzate.

Coerentemente a tali risultati l'esperienza clinica e di prevenzione avvalorano l'ipotesi secondo cui, in un mondo in cui le pressioni sociali al successo e alla competitività sono molto elevate, la rete, nella normalità, svolge, per le nuove generazioni, un ruolo di area transizionale, di sperimentazione dell'immagine di Sé soprattutto nel suo riflesso sociale.

Le esperienze in rete possono essere considerate dei riti di passaggio attraverso i quali si fanno dei tentativi per superare le ansie e le paure legate alle trasformazioni adolescenziali; la rete offre una realtà apparentemente più gestibile, dove si può nascondere il corpo o modificare la propria immagine, facendo delle prove rispetto al riconoscimento sociale, ad esempio attraverso la cura del profilo, attraverso i social o cercando valore e gratificazioni nel mondo dei videogiochi. Nella normalità le esperienze funzionanti in rete aumentano il senso di sicurezza e fanno da sostegno per affrontare le prove nel mondo fuori da internet.

Il rapporto con la rete può diventare disfunzionale, totalmente immersivo, non integrato con la realtà quando nei soggetti prevalgono, nella vita reale, vissuti di inadeguatezza, vergogna, paura di fallire e di non riuscire a corrispondere alle aspettative di successo, popolarità, bellezza, provenienti dal contesto familiare e sociale.

In questi casi la bassa autostima, l'elevata ansia sociale, la difficoltà nella regolazione delle emozioni può portare a vivere la rete come un rifugio in cui trovare nascondimento da una realtà deludente o addirittura angosciante, nel tentativo di trovare valore, competenza e

riconoscimenti almeno nel mondo virtuale. Quanto più forti sono le angosce tanto più c'è il rischio di un ritiro sociale e di un utilizzo isolante della rete.

Secondo tali considerazioni, supportate dai risultati questo studio, un trattamento efficace delle dipendenze da Internet e del ritiro sociale nell'adolescente e nel giovane adulto deve privilegiare la comprensione dei significati dei comportamenti in rete al fine di riconoscere i bisogni sottostanti e di evidenziare i tentativi, più o meno riusciti, di far fronte ai compiti evolutivi propri di quell'età. In tal senso, nelle valutazioni cliniche, occorre fare attenzione non tanto e non solo alla quantità di tempo trascorso in rete, quanto piuttosto alla modalità di utilizzo e al suo significato nella storia del soggetto e dei suoi rapporti familiari e sociali.

È importante notare alcuni limiti metodologici di questo lavoro, oltre a quelli già evidenziati in precedenza. Avendo eseguito un campionamento di convenienza, il campione che è stato indagato non può essere considerato rappresentativo della popolazione generale di studenti delle classi quinte delle scuole superiori, per cui i risultati non possono essere generalizzati né agli studenti genovesi, né a quelli liguri, né a quelli italiani della stessa età. Un'ulteriore limitazione in questo senso è legata alla ristretta gamma di età considerata, per cui i risultati non possono essere estesi a fasce di età vicine come quelle degli adolescenti o degli studenti universitari. In base alle informazioni disponibili, non è possibile stabilire un punteggio della scala per la dipendenza da Internet che costituisca la "soglia" fra le persone a rischio e quelle non a rischio. Questo è legato sia alla mancanza di rappresentatività del campione menzionata in precedenza, sia all'impossibilità di diagnosticare, in maniera indipendente dal punteggio al test, un vero e proprio disturbo da dipendenza da Internet. Infine, l'insieme di caratteristiche psicologiche indagate non esaurisce i possibili correlati della dipendenza da Internet. Se in futuro ci sarà la possibilità di poter somministrare un maggior numero di scale psicologiche sarebbe opportuno misurare anche caratteristiche come il narcisismo, la desiderabilità sociale, la soddisfazione di vita e gli stili nelle relazioni interpersonali.

Appendice Tecnica

Metodo e materiali

Reclutamento dei partecipanti

Per questo studio è stato utilizzato un campionamento di convenienza delle scuole, sulla base di rapporti preesistenti del S.S. Sert Distretto 13 Asl3 nel campo della prevenzione delle dipendenze.

Materiali

Il questionario (Appendice A) presentava una prima parte nella quale venivano poste domande per raccogliere informazioni di contesto quali genere, età, livello socio-economico della famiglia di origine, disponibilità e frequenza di uso di dispositivi per la connessione a Internet, motivi per cui viene trascorso tempo su Internet, atteggiamenti nei confronti di Internet, pericoli corsi durante la permanenza online, abilità percepita nell'uso di dispositivi e applicativi per la navigazione online, atteggiamenti e comportamenti dei genitori verso l'attività online dei figli, relazioni sociali e andamento scolastico.

Internet Addiction Test (IAT, Young, 1998). Questo strumento si propone di misurare il grado di dipendenza di una persona legato a un utilizzo intensivo e ossessivo di Internet. E' composto da venti domande che descrivono comportamenti come trascurare i propri impegni per passare più tempo online o sentirsi a disagio quanto non si ha accesso a Internet, e i partecipanti devono indicare la frequenza con la quale hanno vissuto queste situazioni su una scala di tipo Likert a 5 punti (1 = Mai, 5 = Sempre). In questo studio sono stati aggiunti tre ulteriori item che riguardano il gioco online, inteso come scommesse, giochi d'azzardo e giochi multiplayer.

Cognitive Emotional Regulation Questionnaire (CERQ, Garnefski, Kreaaij, & Spinhoven, 2011). Il CERQ è una misura della regolazione emotiva a livello cognitivo, e nella versione somministrata in questo studio si compone di 18 affermazioni riguardanti le strategie psicologiche che le persone mettono in atto quando capita loro un evento spiacevole. Ai partecipanti è richiesto di indicare la frequenza con la quale mettono in atto ognuno di comportamenti descritti su una scala di tipo Likert a cinque punti (1 = (quasi) mai, 5 = (quasi) sempre). Le risposte vengono opportunatamente sommate per ottenere punteggi in nove diverse scale, che rappresentano diverse strategie per fronteggiare emotivamente i problemi:

- *Incolpare se stessi:* tendenza a incolpare se stessi per quanto accaduto di brutto
- *Incolpare gli altri:* tendenza a incolpare gli altri per quanto accaduto di brutto
- *Accettazione* tendenza a rassegnarsi a quello che è accaduto
- *Ruminazione:* tendenza a rimuginare costantemente sui sentimenti e pensieri associati con l'evento negativo
- *Rifocalizzazione positiva:* tendenza a pensare ad altre questioni più piacevoli invece che all'evento
- *Rifocalizzazione sulla progettazione:* tendenza a pensare a quali passi intraprendere per gestire la situazione
- *Rivalutazione positiva:* tendenza a cercare di trovare un risvolto positivo dell'evento in termini di crescita personale
- *Mettere in prospettiva:* tendenza a minimizzare la gravità dell'evento confrontandolo con altre questioni più importanti
- *Catastrofizzazione:* tendenza a enfatizzare la gravità dell'evento

Questionario sui tratti di personalità. Questa parte era composta da 28 affermazioni riguardanti nove tratti di personalità, tratte da questionari noti nella letteratura scientifica e riportati di seguito. Ai partecipanti era chiesto di indicare quanto ogni affermazione era vera per loro su una scala di tipo Likert a quattro punti (1 = Falso, 4 = Vero). I tratti di personalità misurati erano:

- *Big Five* (item tratti dal *Big Five Inventory* di John, Donahue, & Kentle, 1991)
 - *Estroversione*: tendenza a provare emozioni positive, ad essere energici e decisi nella vita di tutti i giorni, ad essere socievoli e loquaci
 - *Amicalità*: tendenza ad essere comprensivi e aperti agli altri, ad essere cooperativi e bendisposti verso gli altri
 - *Coscienziosità*: tendenza ad essere organizzati, affidabili, auto-disciplinati e concentrati sul compito
 - *Nevroticismo*: tendenza a provare emozioni negative come rabbia, ansia, tristezza, ecc.:
 - *Apertura*: tendenza ad essere curiosi e inventivi, e ad apprezzare l'arte, l'avventura, le nuove esperienze
- *Ansia Sociale* (item tratti dalla *Social Phobia Scale* di Mattick & Clarke, 1998): tendenza a provare ansia e disagio in situazioni nelle quali si può essere osservati mentre si svolgono attività di routine come bere, mangiare, viaggiare su un mezzo pubblico, ecc., e a interagire con gli altri, siano essi persone in autorità, estranei, conoscenti, ecc. La preoccupazione principale è quella di apparire inadeguati e/o di essere ignorati.
- *Ricerca di sensazioni* (item tratti dalla *Brief Sensation Seeking Scale-4* di Stephenson, Hoyle, Palmgreen, & Slater, 2003): tendenza a ricercare attivamente situazioni che generino un'eccitazione a livello fisico e/o psicologico.
- *Autostima* (item tratti dalla *Rosenberg Self-Esteem Scale*, Rosenberg, 1965): tendenza a valutare se stessi positivamente.
- *Impulsività* (item adattati dalla *Low Self-Control Scale* di Gramsick, Tittle, Bursik, & Arnekelev, 1993): tendenza ad agire senza riflettere.

Procedura

Le scuole sono state contattate e invitate a partecipare al progetto mediante una lettera. Con le scuole che hanno fornito la loro disponibilità, è stato concordato un giorno nel quale uno studente della laurea magistrale in psicologia all'Università di Genova nell'ambito del suo progetto di tesi e di un'attività di stage presso l'Asl3 genovese ha avuto la possibilità di avere accesso ai locali della scuola.

Gli studenti venivano inizialmente stati informati riguardo alla tematica della ricerca, chiarendo che si trattava di un'indagine nata grazie ad una collaborazione tra l'Università di Genova e l'Asl3 genovese riguardo i comportamenti sull'utilizzo della rete degli studenti maggiorenni dell'ultimo anno di licei ed istituti.

È stato poi comunicato che le risposte al questionario sarebbero rimaste anonime, senza alcun elemento identificativo che permettesse di risalire a chi lo avesse compilato, e che i dati sarebbero stati utilizzati solo a scopo di ricerca e presentati solo in modo aggregato.

Prima iniziare il test è stato richiesto di firmare il consenso informato il quale, oltre a garantire la tutela della persona per il trattamento dei dati personali, specificava anche che il partecipante era libero di ritirare la sua disponibilità a rispondere alle domande in qualunque momento, senza alcuna conseguenza. Essendo gli studenti tutti maggiorenni è servito solamente il loro consenso.

Dopo aver raccolto i moduli per il consenso informato sono stati consegnati i questionari. Durante la compilazione il somministratore verificava che la compilazione si svolgesse in una situazione ambientale adeguata ed era disponibile a fornire, all'occorrenza, chiarimenti rispetto ad alcune domande. In media il tempo di compilazione variava fra 20 ed i 30 minuti.

Risultati

Caratteristiche del campione

Hanno partecipato allo studio 661 studenti delle classi quinte di nove scuole superiori secondarie di Genova. La distribuzione dei partecipanti nelle scuole è riportata in Tabella 1.

Tabella 1 Distribuzione dei partecipanti nelle scuole

Scuola	Frequenza	Percentuale
Bergese	87	13.20
Cassini	28	4.20
D.Galliera	71	10.70
Fermi	54	8.20
Immacolatine	33	5.00
Lanfranconi	42	6.40
M.Polo	142	21.50
Pertini	60	9.10
S.Giorgio	144	21.80

Il 44% dei partecipanti erano femmine (d1.1) e l'età (d1.2) media era di 19.22 (deviazione standard [DS] = 0.73) anni (gamma 18-23). I partecipanti hanno riportato anche il livello socio-economico della famiglia di origine (d1.3), la cui distribuzione è riportata in Figura 1.

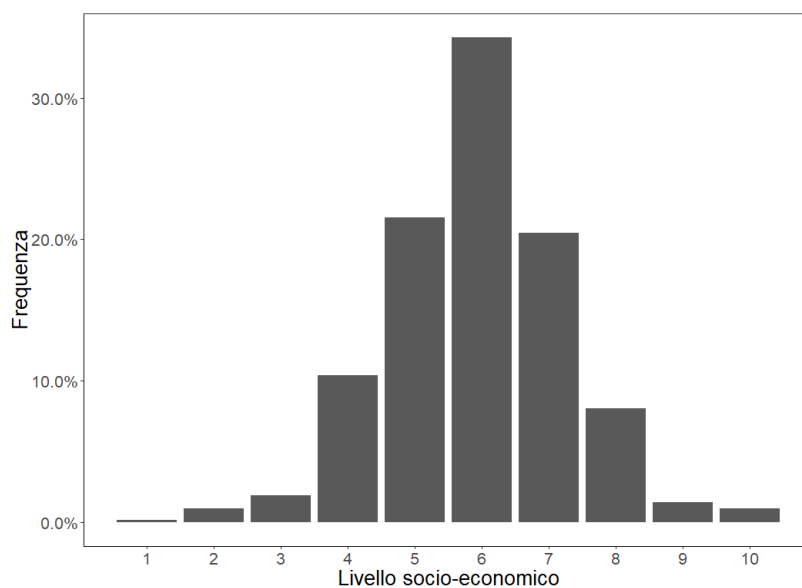


Figura 1 Distribuzione di frequenza del livello socio-economico dei partecipanti
Accesso e uso di dispositivi per la connessione a Internet

La maggior parte dei partecipanti ha riferito di aver avuto il primo PC dopo i 12 anni (41.98%, d1.41, Figura 2) e il primo telefono cellulare/smartphone tra i 10 e 12 anni (56.79%, d1.42, Figura 3).

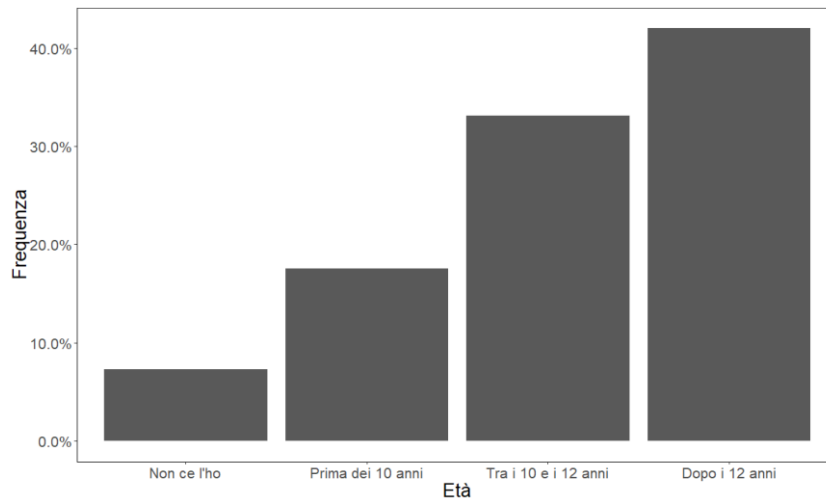


Figura 2 Distribuzione di frequenza alla domanda "A quale età hai avuto il primo PC?" (d1.41)

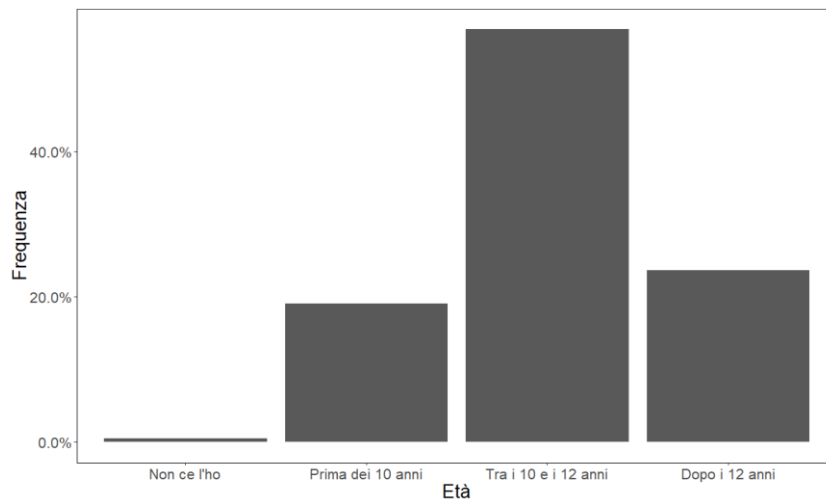


Figura 3 Distribuzione di frequenza alla domanda "A quale età hai avuto il primo telefono cellulare /smartphone?" (d1.42)

Il 70.97% degli intervistati ha riferito di avere a casa un computer con accesso a Internet per uso personale con accesso ad Internet (d1.5).

La Figura 4 riporta la distribuzione della frequenza di vari dispositivi elettronici (d1.6). Il telefono cellulare/smartphone è risultato il dispositivo utilizzato con la maggiore frequenza, seguito dalla Tv e dal lettore mp3.

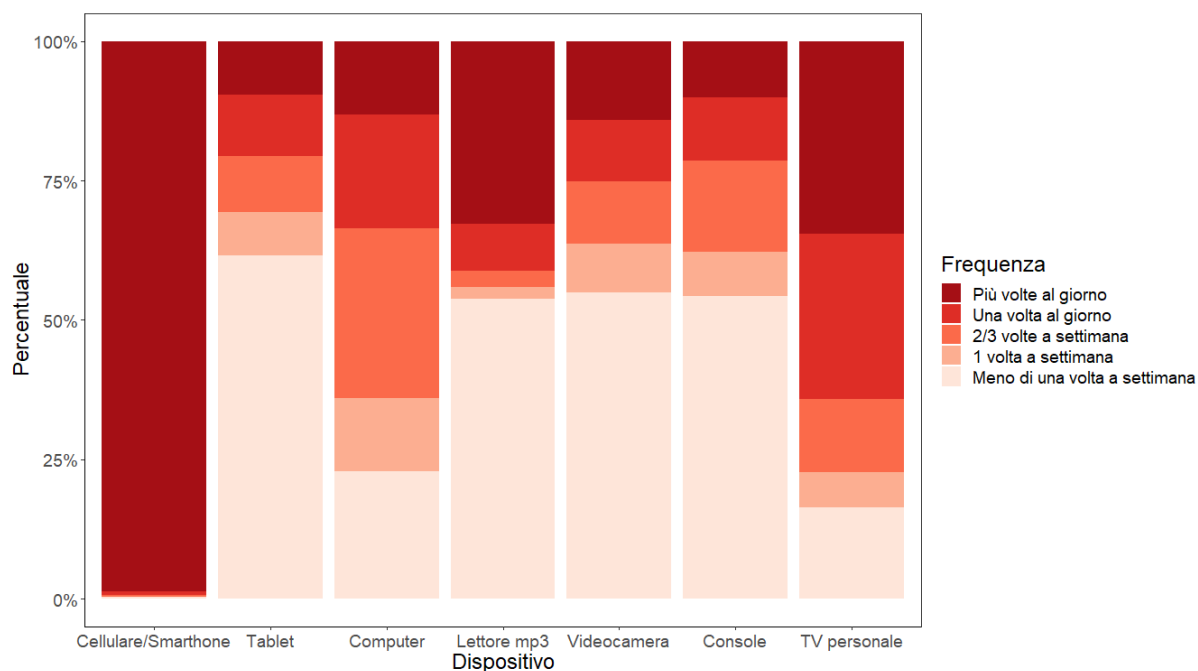


Figura 4 Frequenza di uso di dispositivi elettronici (d1.61-d1.67)

Più della metà dei partecipanti (55.84%) ha riferito di trascorrere online da 1 a 5 ore al giorno (d1.7, Figura 5).

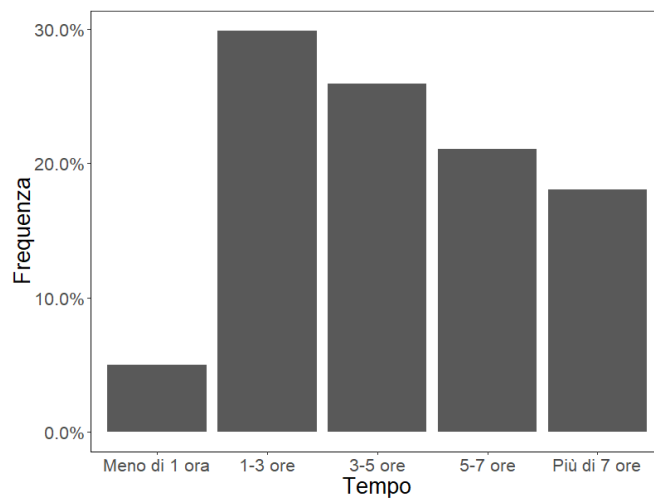


Figura 5 Tempo trascorso online giornalmente (d1.7)

I motivi più frequenti per cui i partecipanti hanno riferito di collegarsi a Internet (d1.8) sono risultati chattare senza video e ascolto di musica (Figura 6).

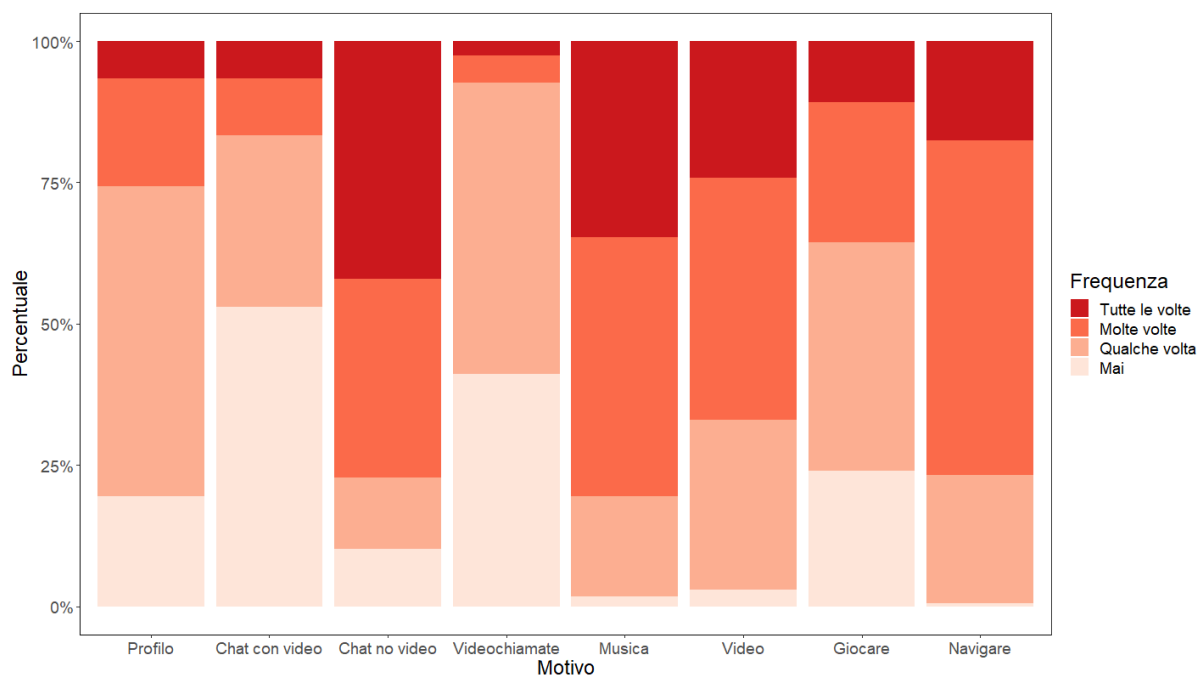


Figura 6 Motivi di connessione a Internet (d1.81-d1.88)

La Figura 7 mostra come solo il 17.66% dei partecipanti abbia riferito di tenere spento il telefono durante la notte (d1.9)

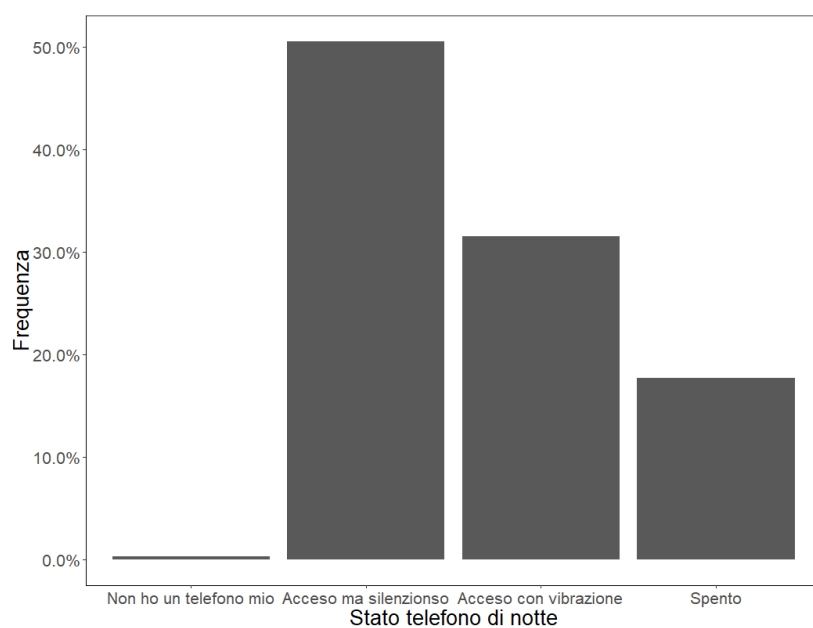


Figura 7 Risposte alla domanda "Spegni il telefono quando vai a dormire?" (d1.9)

Il campione di partecipanti ha riferito di considerare Internet molto utile (d1.101, Figura 8) e abbastanza pericoloso (d1.102, Figura 9)

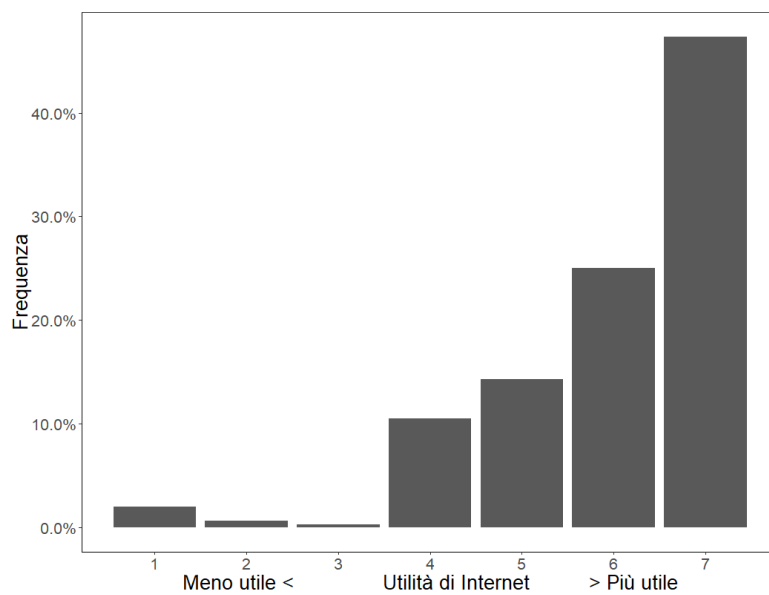


Figura 8 Utilità percepita di Internet (d1.101)

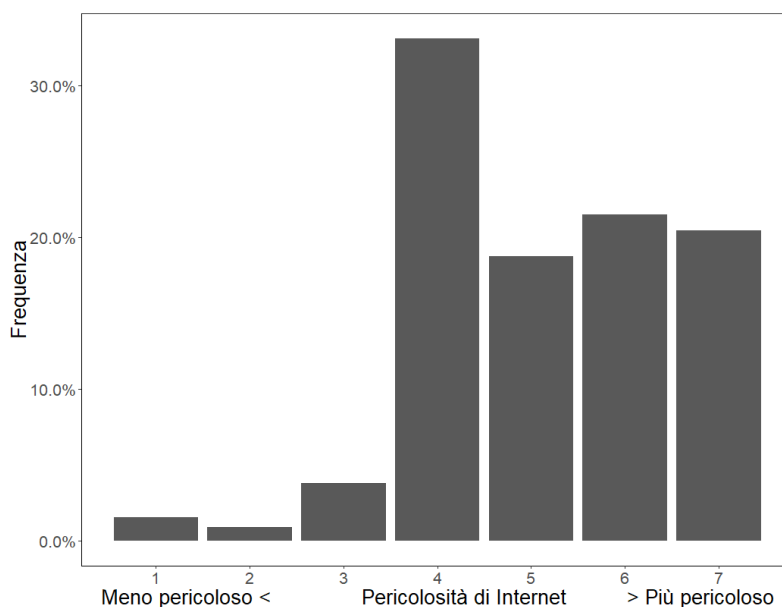


Figura 9 Pericolosità percepita di Internet (d1.101)

Per quanto riguarda i pericoli corsi online, la Tabella 2 riporta la percentuale di partecipanti che hanno indicato il comportamento in questione.

Tabella 2 Frequenza pericoli corsi online (ordine decrescente per percentuale)

Domanda	Testo	%
d1.111	Inserire i tuoi dati personali online	.94
d1.1125	Fare acquisti online di cui hai informato i tuoi genitori	.88
d1.1124	Aprire un messaggio o un link in un messaggio che, a tua insaputa, mostrava immagini di persone nude o di persone che hanno rapporti sessuali	.67
d1.117	Ricevere messaggi con riferimenti sessuali	.66
d1.1112	Fare nuove conoscenze, anche di persone conosciute per la prima volta online	.66
d1.1114	Avere accesso a siti pornografici	.62
d1.1111	Essere invitato a guardare immagini o video porno online	.55
d1.118	Ricevere foto intime online	.51
d1.112	Inserire dati o foto di altri online	.49
d1.1123	Trovarti, contro la tua volontà, in un sito web che mostra immagini di persone nude o di persone che hanno rapporti sessuali	.46
d1.113	Dare il tuo numero di telefono a qualcuno conosciuto online	.44
d1.114	Dare appuntamento con qualcuno conosciuto online	.40
d1.119	Sapere che erano state inviate foto intime di qualche amico/a all'insaputa dell'interessato	.34
d1.1117	Limitare ai tuoi genitori il tipo di contenuto che possono vedere. Per esempio, hai vietato loro di vedere immagini che pubblichi o nelle quali sei taggato	.34
d1.1113	Essere contattato da persone sconosciute che avevi il dubbio fossero adulti	.28
d1.1126	Fare acquisti online di nascosto dai tuoi genitori	.25
d1.1115	Avere accesso a siti dove puoi interagire con adulti sconosciuti	.23
d1.1116	Fingere di essere più grande sui social network o nelle chat room?	.23
d1.115	Inviare immagini di te nudo/seminudo	.20
d1.116	Inviare immagini di qualcuno nudo/seminudo	.18
d1.1110	Essere vittima di insulti, prese in giro, scherzi pesanti	.17
d1.1121	Qualcuno ti ha chiesto informazioni sessuali su di te quando tu non volevi rispondere a queste domande?	.15
d1.1118	Sentirti preoccupato o minacciato perché qualcuno ti ha infastidito o molestato online	.13
d1.1119	Sentirti minacciato o in imbarazzo perché qualcuno ha postato o inviato messaggi su di te da far vedere ad altre persone	.13
d1.1122	Qualcuno ti ha chiesto di fare qualcosa di sessuale che tu non volevi fare?	.10
d1.1120	Qualcuno ha cercato di farti parlare di sesso on-line quando tu non volevi?	.09

Per riassumere i dati, le risposte alle domande del gruppo d1.11 sono state sottoposte ad analisi fattoriale, in modo da raggrupparle per comunanza di contenuto. Fra i vari modelli di misurazione considerati, quello migliore sul piano statistico è risultato quello a quattro fattori².

² Analisi eseguita col software Mplus 7.0 sulla matrice di correlazione tetracorica con metodo di stima Weighted Least Squares Mean and Variance adjusted (WLSMV) e opzione TYPE=COMPLEX per tenere conto del raggruppamento dei partecipanti nelle scuole. Indici di bontà di adattamento del modello ai dati: Comparative Fit Index [CFI] = .969, Tucker-Lewis Index [TLI] = .956, Root Mean Square Error Of Approximation [RMSEA] = .019 [.011-.026]. Per valutare la bontà di adattamento del modello ai dati si considerano ottimali e sufficienti, rispettivamente, valori di CFI e TLI maggiori di .95 e .90, rispettivamente, e di RMSEA inferiori a .08 e .06, rispettivamente (Marsh, Hau, & Wen, 2004).

In base al contenuto delle domande con saturazioni sostanziali (ossia, maggiori di $|\cdot 275|$) sui vari fattori (Tabella 3), questi sono stati etichettati come F1 = Conoscenze online (attendibilità del punteggio $\omega = .40$); F2 = Contenuti erotici ($\omega = .81$); F3 = Richieste sessuali ($\omega = .52$); F4 = Cyberbullismo ($\omega = .52$).

Tabella 3 Risultati dell'analisi fattoriale sulle risposte alle domande del gruppo d1.11

F1	F2	F3	F4	Testo domanda
.27	.28	-.26	.14	Inserire i tuoi dati personali online
.07	.35	-.08	.30	Inserire dati o foto di altri online
.86	.02	.02	.00	Dare il tuo numero di telefono a qualcuno conosciuto online
.86	.02	.00	-.13	Dare appuntamento con qualcuno conosciuto online
.10	.66	.09	-.16	Inviare immagini di te nudo/seminudo
-.10	.77	.00	.04	Inviare immagini di qualcuno nudo/seminudo
.06	.65	.48	-.03	Ricevere messaggi con riferimenti sessuali
.03	.68	.44	-.18	Ricevere foto intime online
.03	.34	-.05	.24	Sapere che erano state inviate foto intime di qualche amico/a all'insaputa dell'interessato
.02	-.06	.24	.74	Essere vittima di insulti, prese in giro, scherzi pesanti
-.19	.77	-.06	.05	Essere invitato a guardare immagini o video porno online
.67	-.02	.16	.10	Fare nuove conoscenze, anche di persone conosciute per la prima volta online
.05	.16	.19	.23	Essere contattato da persone sconosciute che avevi il dubbio fossero adulti
-.10	.80	.03	-.27	Avere accesso a siti pornografici
.09	.38	.00	.15	Avere accesso a siti dove puoi interagire con adulti sconosciuti
.18	.38	-.10	.20	Fingere di essere più grande sui social network o nelle chat room?
.21	.27	.03	.11	Limitare ai tuoi genitori il tipo di contenuto che possono vedere. Per esempio, hai vietato loro di vedere immagini che pubblici o nelle quali sei taggato
-.16	-.03	.42	.62	Sentirti preoccupato o minacciato perché qualcuno ti ha infastidito o molestato online
.18	.07	.03	.69	Sentirti minacciato o in imbarazzo perché qualcuno ha postato o inviato messaggi su di te da far vedere ad altre persone
-.04	-.01	.87	.05	Qualcuno ha cercato di farti parlare di sesso on-line quando tu non volevi?
.02	.05	.85	.19	Qualcuno ti ha chiesto informazioni sessuali su di te quando tu non volevi rispondere a queste domande?
.09	.14	.74	.04	Qualcuno ti ha chiesto di fare qualcosa di sessuale che tu non volevi fare?
-.22	.21	-.05	.28	Trovarti, contro la tua volontà, in un sito web che mostra immagini di persone nude o di persone che hanno rapporti sessuali
-.14	.44	.13	.29	Aprire un messaggio o un link in un messaggio che, a tua insaputa, mostrava immagini di persone nude o di persone che hanno rapporti sessuali
.18	.13	-.25	.18	Fare acquisti online di cui hai informato i tuoi genitori
.08	.30	.04	.05	Fare acquisti online di nascosto dai tuoi genitori
	.38	.21	.15	Correlazione con F1
		.16	.15	Correlazione con F2
			.13	Correlazione con F3

Nota: in grassetto le saturazioni maggiori di $|\cdot 275|$.

Successivamente, sono stati calcolati mediante il software i punteggi di ogni partecipante in ognuno dei fattori (Figura 10, Figura 11, Figura 12, Figura 13).

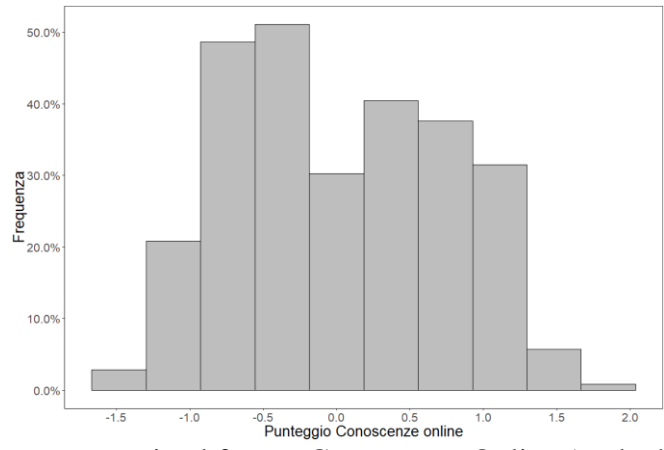


Figura 10 Distribuzione punteggi nel fattore Conoscenze Online (scala di misura arbitraria)

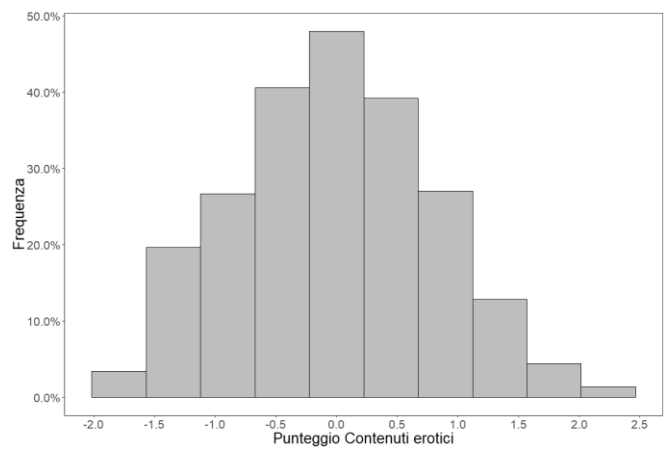


Figura 11 Distribuzione punteggi nel fattore Contenuti erotici (scala di misura arbitraria)

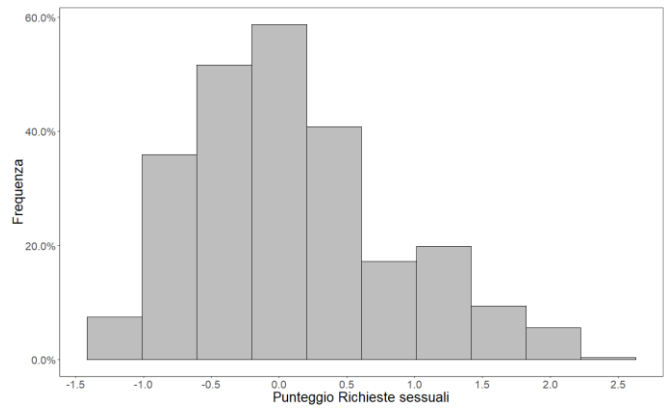


Figura 12 Distribuzione punteggi nel fattore Richieste sessuali (scala di misura arbitraria)

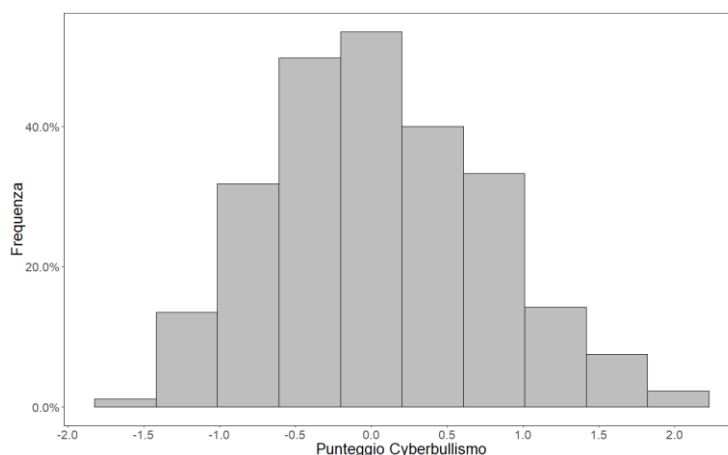


Figura 13 Distribuzione punteggi nel fattore Cyberbullismo (scala di misura arbitraria)

La Figura 14 mostra la distribuzione delle risposte alle domande (d1.12) sull'abilità percepita nell'uso di dispositivi e programmi per la navigazione in Internet. In particolare, i partecipanti si ritengono molto abili nell'uso di programmi di messaggistica, dei social network, delle chat e dello smartphone.

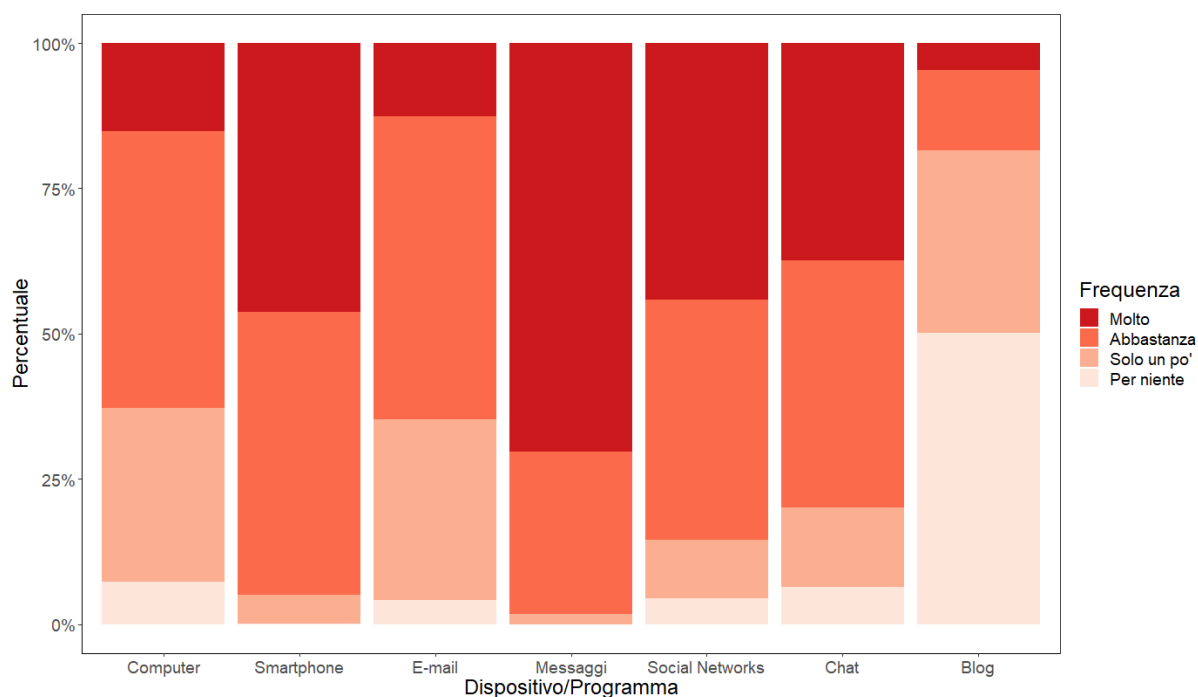


Figura 14 Abilità percepita nell'uso di dispositivi e programmi (d1.12)

In base alle risposte alla domanda d1.13, Internet è risultato essere abbastanza importante per i partecipanti (Figura 15).

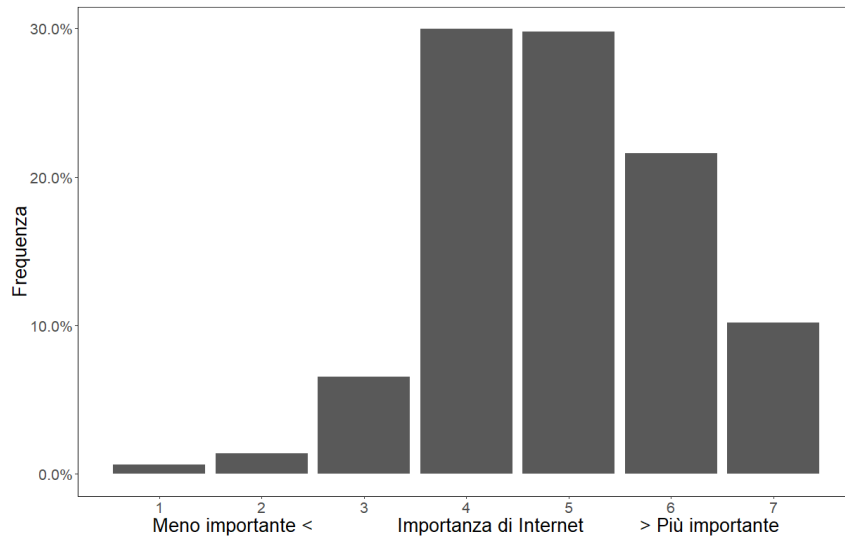


Figura 15 Importanza percepita di Internet (d1.13)

Oltre i due terzi dei partecipanti hanno riferito di avere più di un profilo sui social network, mentre quasi nessuno ha riferito di non averne (d1.14, Figura 16).

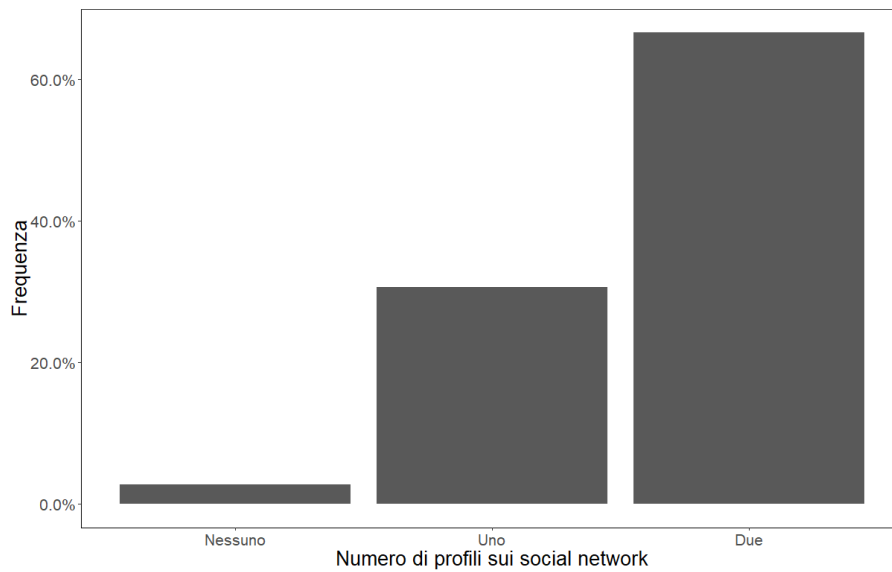


Figura 16 Numero di profili sui social network (d1.14)

Per quanto riguarda le domande del gruppo d1.15 riguardo ai comportamenti e agli atteggiamenti dei genitori circa l'uso di Internet dei figli, le frequenze sono riportate in

Tabella 4 Frequenza comportamenti genitoriali circa l'uso di Internet

Domanda	Testo	%
d1153	Mi hanno detto di evitare di comunicare con sconosciuti	.89
d1152	Mi hanno detto di non diffondere mai i dati personali	.80
d11511	Mi hanno spiegato di rischi di Internet	.77
d1154	Mi hanno detto di non inviare foto mie e della famiglia	.57
d1155	Mi hanno detto di cosa devo fare se si mi imbatto in materiale che mi mette a disagio	.48
d1151	Non mi hanno detto nulla di preciso in proposito	.38
d1157	Mi hanno indicato a quali siti mi posso collegare e per quali attività	.15
d1156	Mi hanno dato un tempo massimo di connessione	.10
d11510	Limitano il tempo che posso stare su Internet	.07
d1158	Mi hanno impedito l'accesso a Internet	.06
d1159	Controllano i miei accessi a Internet	.04

Per riassumere i dati si è adottata la medesima strategia di analisi del gruppo di domande d1.11. In questo caso il modello migliore è risultato quello a due fattori³, che in base al contenuto delle domande che vi si raggruppavano sono stati etichettati come F1 = Consigli ($\omega = .68$) e F2 = Controllo ($\omega = .62$).

Tabella 5 Risultati dell'analisi fattoriale sulle risposte alle domande del gruppo d1.15. Correlazione fra i fattori $r = .18$).

F1	F2	Testo domanda
-.39	-.11	Non mi hanno detto nulla di preciso in proposito
.64	-.14	Mi hanno detto di non diffondere mai i dati personali
.75	-.02	Mi hanno detto di evitare di comunicare con sconosciuti
.63	-.01	Mi hanno detto di non inviare foto mie e della famiglia
.64	.10	Mi hanno detto di cosa devo fare se si mi imbatto in materiale che mi mette a disagio
-.05	.90	Mi hanno dato un tempo massimo di connessione
.36	.40	Mi hanno indicato a quali siti mi posso collegare e per quali attività
.05	.66	Mi hanno impedito l'accesso a Internet
.10	.47	Controllano i miei accessi a Internet
.00	.82	Limitano il tempo che posso stare su Internet
.80	.07	Mi hanno spiegato di rischi di Internet

Nota: in grassetto le saturazioni maggiori di $|.275|$.

Successivamente, sono stati calcolati mediante il software i punteggi di ogni partecipante in ognuno dei fattori (Figura 17, Figura 18).

³ Analisi eseguita col software Mplus 7.0 sulla matrice di correlazione tetracorica con metodo di stima Weighted Least Squares Mean and Variance adjusted (WLSMV) e opzione TYPE=COMPLEX per tenere conto del raggruppamento dei partecipanti nelle scuole. Indici di bontà di adattamento del modello ai dati: Comparative Fit Index = .966, Tucker-Lewis Index = .945, Root Mean Square Error Of Approximation = .030 [.014-.045]

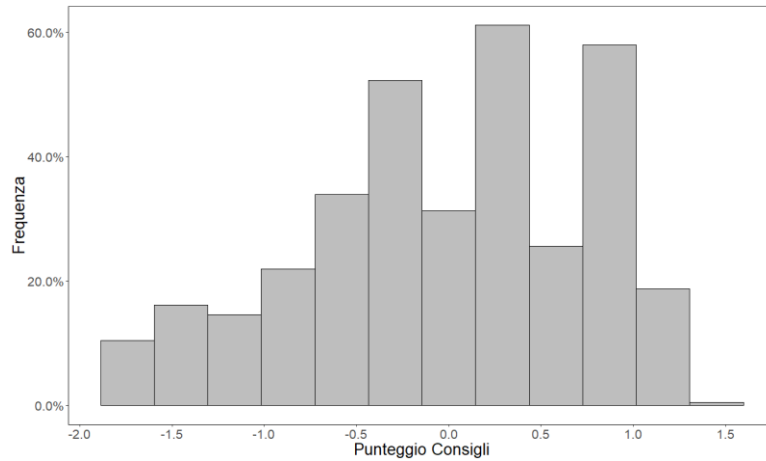


Figura 17 Distribuzione punteggi nel fattore Consigli genitoriali sull'uso di Internet(scala di misura arbitraria)

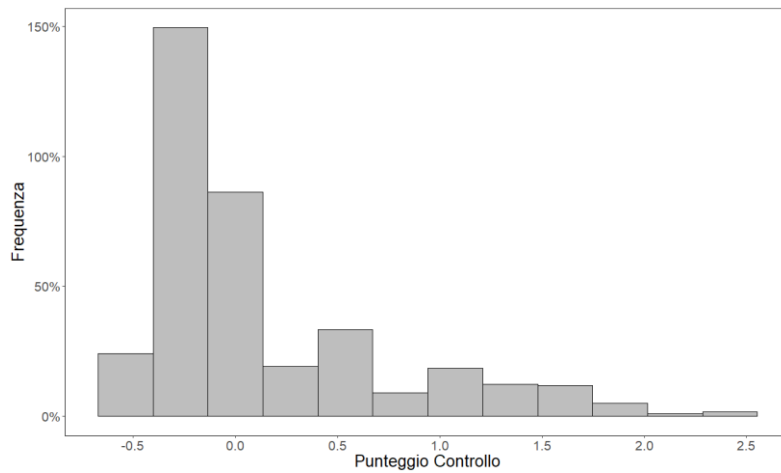


Figura 18 Distribuzione punteggi nel fattore Controllo genitoriale sull'uso di Internet (scala di misura arbitraria)

La maggioranza dei partecipanti ha riferito di avere più di tre buoni amici (d1.16, Figura 19).

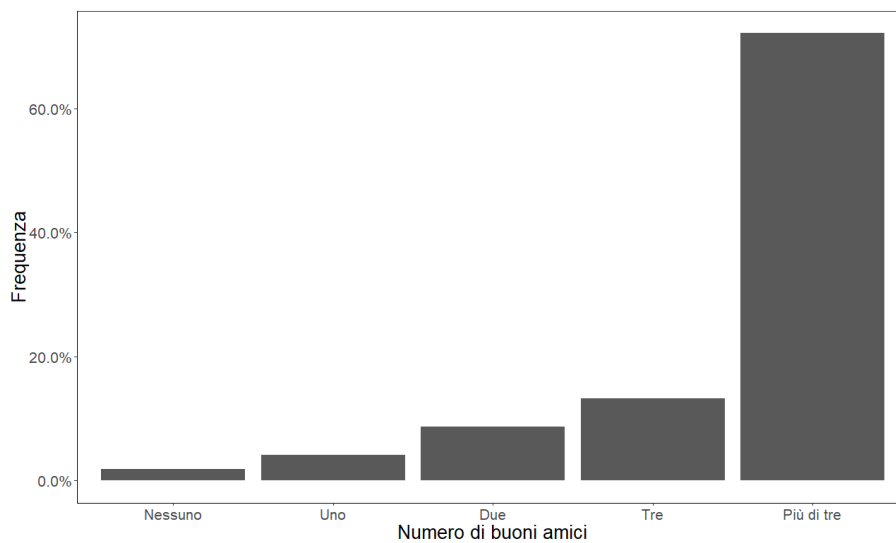


Figura 19 Distribuzione del numero di buoni amici (d1.16)

La maggior parte dei partecipanti ha riferito infine di avere un buon rendimento scolastico

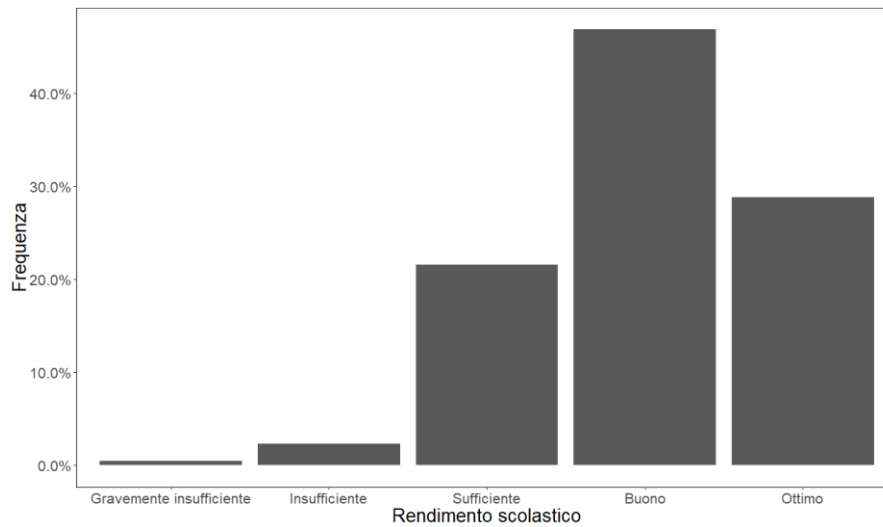


Figura 20 Distribuzione del rendimento scolastico (d1.17)

Test psicologici

Poichè la ricerca precedente non ha fornito risultati univoci sul modo in cui gli item dello IAT devono essere sommati per produrre uno o più punteggi nella/e dimensione/i della dipendenza da Internet, è stata eseguita un'analisi preliminare volta a individuare il modello di misurazione migliore almeno rispetto ai dati raccolti in questo studio, anche considerando che sono stati aggiunti tre item relativi al gaming online.

Inizialmente è stato valutato se per tutti gli item le alternative di risposta sono state scelte almeno una volta. Come mostra la Figura 21, questo è avvenuto. E' stata poi calcolata la matrice di correlazione degli item in modo da individuare eventuali item ridondanti, ossia che forniscono la medesima informazione. A livello statistico questo è evidenziato da valori di correlazione maggiori di $|.70|$, che indica una percentuale di varianza comune superiore al 50%. Data la natura ordinale dei punteggi degli item dello IAT, è stata utilizzata una matrice di correlazione policorica. Indicazioni di ridondanza sono emerse per la correlazione fra item 6 e 8, da una parte, e 21 e 22 dall'altra. Nelle analisi fattoriali successive si è quindi deciso di escludere il 6 (che presenta una formazione meno semplice dell'8), e il 22, in quanto, come mostrato in Figura 21, mostra una frequenza relativamente minore del 21. Prima di procedere con l'analisi fattoriale è stato verificato che nessun item avesse una percentuale di varianza comune con l'insieme degli altri inferiore al 10%, come indicizzato dalla correlazione multipla al quadrato. Il valore minimo è risultato 28%, quindi si è proceduto considerando tutti gli item.

A questo punto si è proceduto con una strategia di cross-validation. Il campione totale è stato diviso in due sottocampioni casuali, uno sul quale è stata eseguita l'analisi fattoriale esplorativa e l'altro su cui è stata eseguita l'analisi fattoriale confermativa. L'analisi fattoriale esplorativa, eseguita con lo stesso metodo descritto precedentemente, ha valutato le soluzioni a 1 e 2 fattori. La soluzione a 1 fattore ha mostrato un buon adattamento ai dati (CFI = .928, TLI = .920, RMSEA = .051 [.043-.059]), inferiore a quella della soluzione a due fattori (CFI = .964, TLI = .956, RMSEA = .038 [.028-.047]). Quest'ultima soluzione, tuttavia, non soddisfaceva il criterio di struttura semplice (ossia, non tutti gli item avevano una saturazione maggiore di .30 su un fattore e vicina allo zero sull'altro) e la correlazione fra i fattori era di .57, che ha suggerito una sostanziale sovrapposizione di contenuto fra le due dimensioni latenti.

Per questa ragione, si è mantenuta, anche per ragioni di parsimonia del modello, la soluzione a 1 fattore. Quando verificato sui dati dell'altro sottocampione mediante analisi

fattoriale confermativa, questo modello ha di nuovo dimostrato un buon adattamento ai dati (CFI = .926, TLI = .918, RMSEA = .056 [.048-.065]). Questo risultato ha permesso di concludere che la soluzione a 1 fattore che escludesse gli item 6 e 22 fosse quella ottimale e che poteva essere calcolato un punteggio totale di livello di dipendenza da internet sommando i punteggi degli item di IAT.

Dall'analisi degli item è risultato che la coerenza interna, così misurata dall'alpha di Cronbach è risultata .87, la correlazione item-totale corretta minima è risultata .22 (e dunque superiore al valore .20 ritenuto come soglia per l'adeguatezza di questo indice) e la rimozione di nessun item comportava un aumento di oltre .01 del valore di alpha. La distribuzione dei punteggi totali di IAT è riportata in Figura 22.

Per quanto la differenza fra i punteggi medi allo IAT di maschi ($M = 46.77$, $DS = 12.53$) e femmine ($M = 43.70$, $DS = 10.53$) sia risultata statisticamente significativa ($t(641.80) = 3.39$, $p < .001$), la dimensione dell'effetto ha suggerito che questa differenza sia piccola sul piano pratico (Cohen's $d = 0.26$, Figura 23).

Sono poi stati calcolati i punteggi nelle scale di CERQ e del questionario di personalità. La Figura 24 riporta la distribuzione dei punteggi al CERQ e la Figura 25 la distribuzione dei punteggi al questionario di personalità

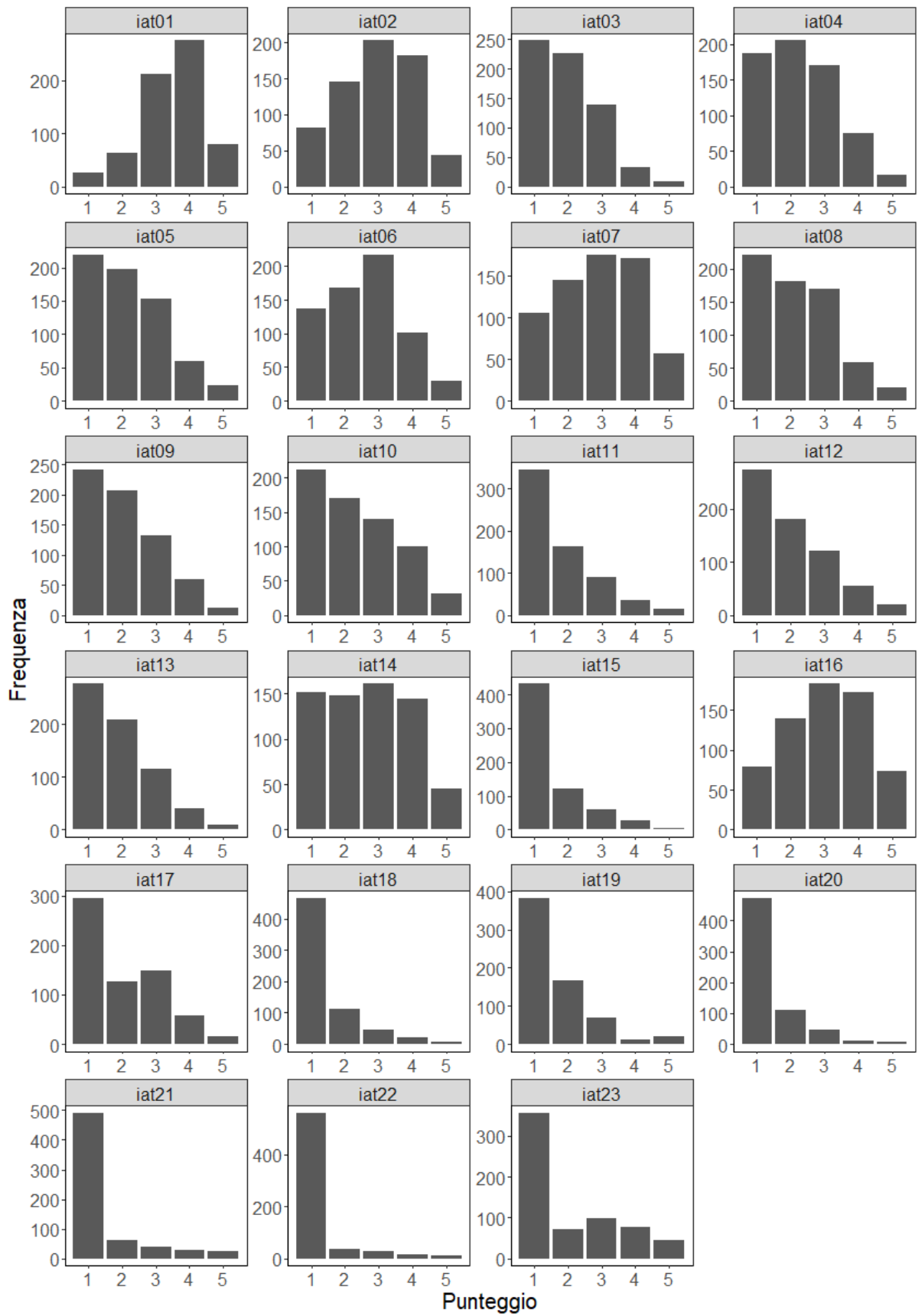


Figura 21 Distribuzione di frequenza delle risposte agli item dell'Internet Addiction Test

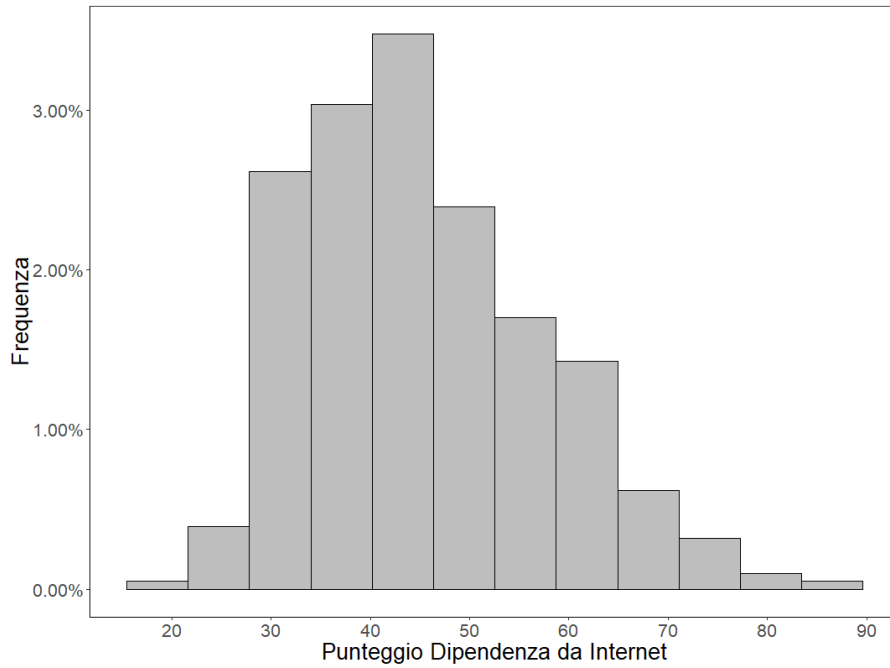


Figura 22 Distribuzione di frequenza dei punteggi all'Internet Addiction Test

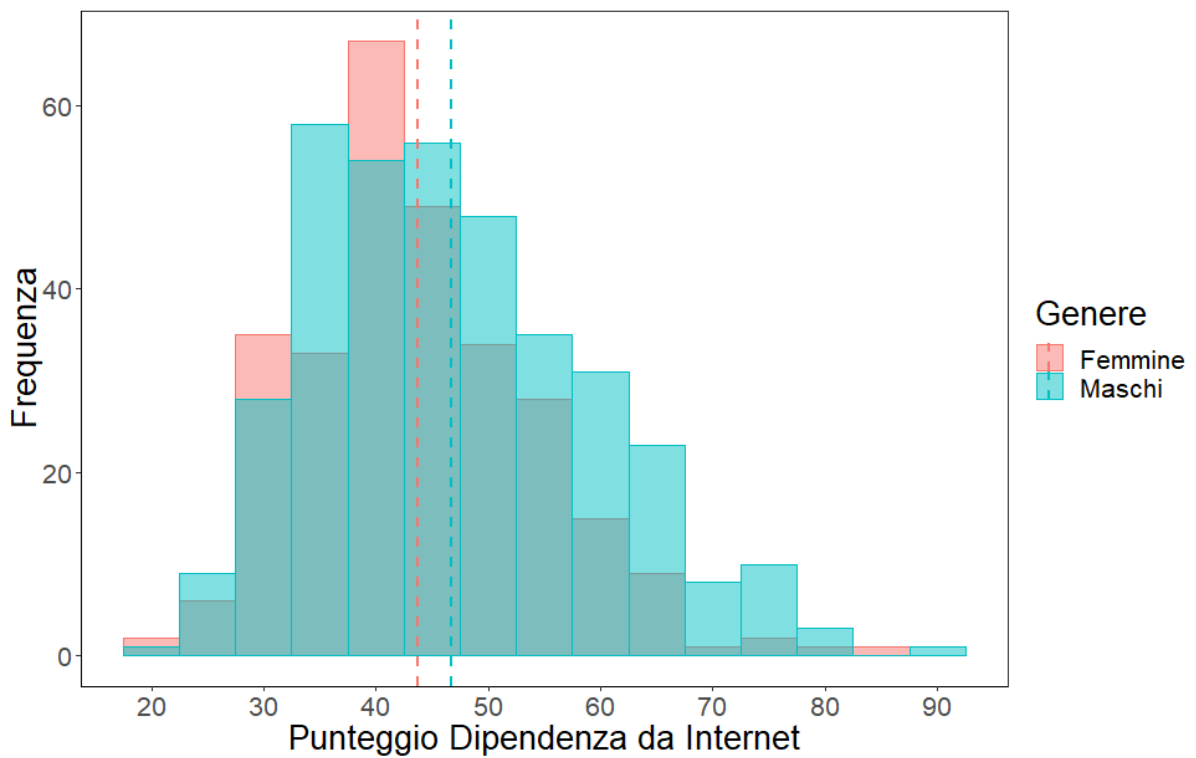


Figura 23 Distribuzione di frequenza dei punteggi all'Internet Addiction Test per maschi e femmine. Le linee tratteggiate rappresentano i punteggi medi dei due gruppi

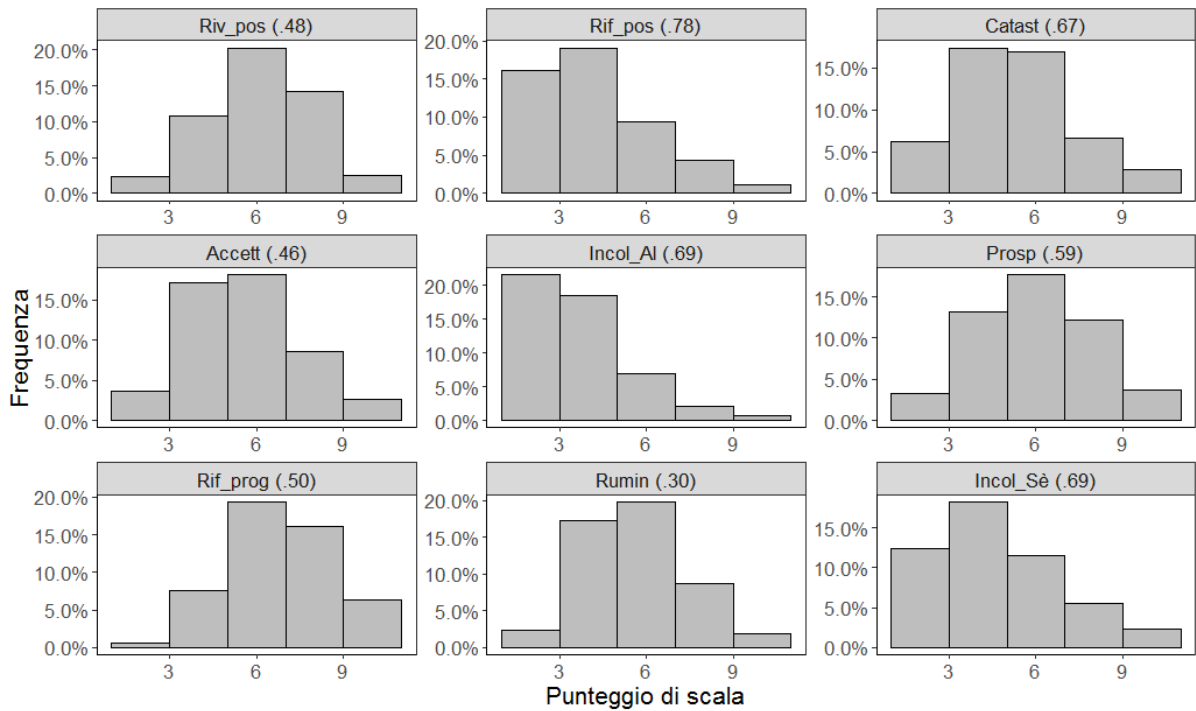


Figura 24 Distribuzione di frequenza dei punteggi al Cognitive Emotion Regulation Questionnaire (CERQ). Riv_pos = rivalutazione positiva; Rif_pos = rifocalizzazione positiva; Catast = catastrofizzazione; Accett = accettazione; Incol_Al = incolpare gli altri; Prosp = mettere in prospettiva; Rif_prog = rifocalizzazione sulla progettazione; Rumin = ruminazione; Incol_Sè: incolpare se stessi. I valori fra parentesi sono gli alpha di Cronbach.

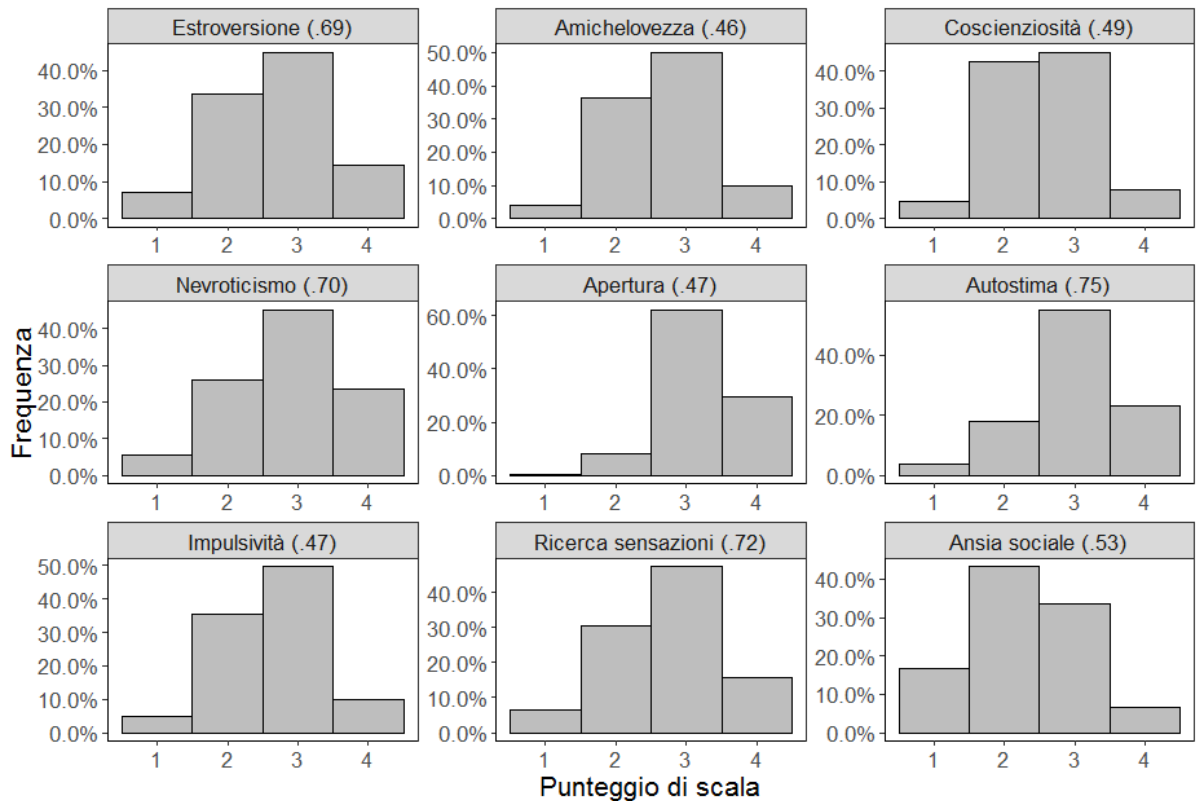


Figura 25 Distribuzione di frequenza dei punteggi al questionario di personalità. I valori fra parentesi sono gli alpha di Cronbach.

Network analysis

E' stata eseguita una network analysis includendo tutte le variabili misurate mediante il questionario (Figura 26).

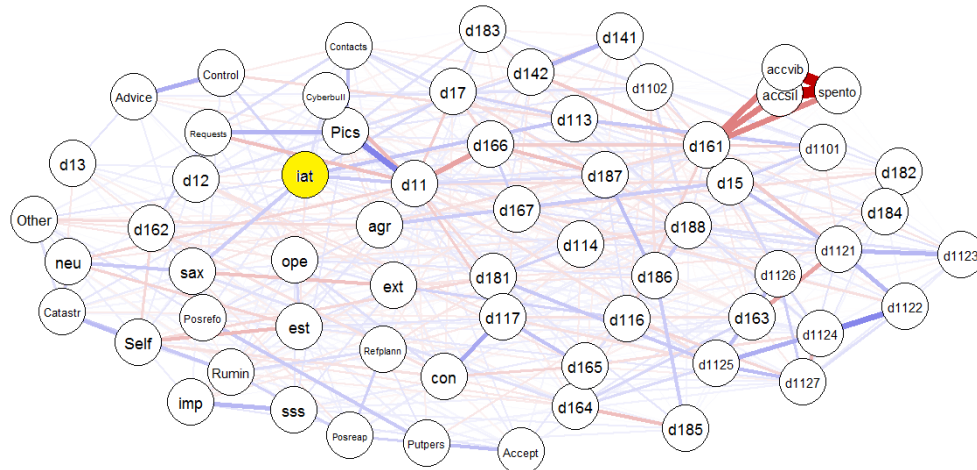


Figura 26 Network delle relazioni regolarizzate fra le variabili considerate in questo studio. In giallo il punteggio di dipendenza da Internet. Le linee rosse rappresentano correlazioni negative, quelle blu correlazioni positive. Lo spessore della linea indica la forza della relazione (maggiore spessore = maggiore forza della relazione).

Legenda nomi variabili: d11=Maschio, d12=Età, d13=Livello socio-economico, d141=Età a cui si è ricevuto il primo PC, d142=Età a cui si è ricevuto il primo smartphone, d15=Disponibilità computer personale per accesso a Internet, d161=Frequenza uso smartphone, d162=Frequenza uso tablet, d163=Frequenza uso computer, d164=Frequenza uso lettore mp3, d165=Frequenza uso videocamera, d166=Frequenza uso console, d167=Frequenza uso TV personale, d17=Ore online, d181=Motivi per stare online - modifica profilo social network, d182=Motivi per stare online - chat con video, d183=Motivi per stare online - chat senza video, d184=Motivi per stare online - videochiamate, d185=Motivi per stare online - ascoltare musica, d186=Motivi per stare online - guardare video, d187=Motivi per stare online - gaming, d188=Motivi per stare online - navigare per informazioni, d1101=Utilità internet, d1102=Pericolosità internet, d1121=Abilità percepita uso del computer, d1122=Abilità percepita uso dello smartphone, d1123=Abilità percepita uso e-mail, d1124=Abilità percepita uso messaggistica, d1125=Abilità percepita uso social network, d1126=Abilità percepita uso chat, d1127=Abilità percepita uso blog, d113=Importanza di Internet, d114=Numero profili social network, d116=Numero di buoni amici, d117=Rendimento scolastico, agr=Personalità - Amichevolezza, con=Personalità - Coscienziosità, ext=Personalità - Estroversione, imp=Personalità - Impulsività, neu=Personalità - Nervoticismo, ope=Personalità - Apertura, est=Personalità - Autostima, sss=Personalità - Ricerca sensazioni, sax=Personalità - Ansia sociale, Posreap=Regolazione emotiva - Rivalutazione positiva, Posrefo=Regolazione emotiva - Rifocalizzazione positiva, Catastr=Regolazione emotiva - Catastrofizzazione, Accept=Regolazione emotiva - Accettazione, Other=Regolazione emotiva - Incolpare gli altri, Putpers=Regolazione emotiva - Mettere in prospettiva, Refplann=Regolazione emotiva - Rifocalizzazione sulla progettazione, Rumin=Regolazione emotiva - Ruminazione, Self=Regolazione emotiva - Incolpare sè, iat=Dipendenza da Internet, accsil=Telefono con vibrazione durante la notte, accvib=Telefono silenzioso durante la notte, spento=Telefono spento durante la notte, Contacts=Pericoli Internet - Conoscenze online, Pics=Pericoli Internet - Contenuti erotici, Requests=Pericoli Internet - Richieste sessuali, Cyberbull=Pericoli Internet - Cyberbullismo, Advice=Controllo genitoriale su uso di Internet, Control=Consigli genitoriali su uso di Internet

Per comprendere meglio quali variabili si posizioni al centro della rete e quindi siano quelle che connettono principalmente tutte le altre, sono stati calcolati gli indici di centralità, e in particolare la *betweenness*, ossia il numero di volte che una variabile si trova sul percorso più breve fra altre variabili. In altre parole, è una misura di quanto una variabile funge da "ponte"

tra le altre variabili nella rete. La Figura 27 mostra come le variabili più centrali siano l'essere maschio (d11), la frequenza d'uso dello smartphone (d161), la frequenza d'uso della console (d166), l'abilità percepita nell'uso del computer (d1121), il rendimento scolastico (d117), al dipendenza da Internet (iat) e i contenuti erotici di Internet (Pics).

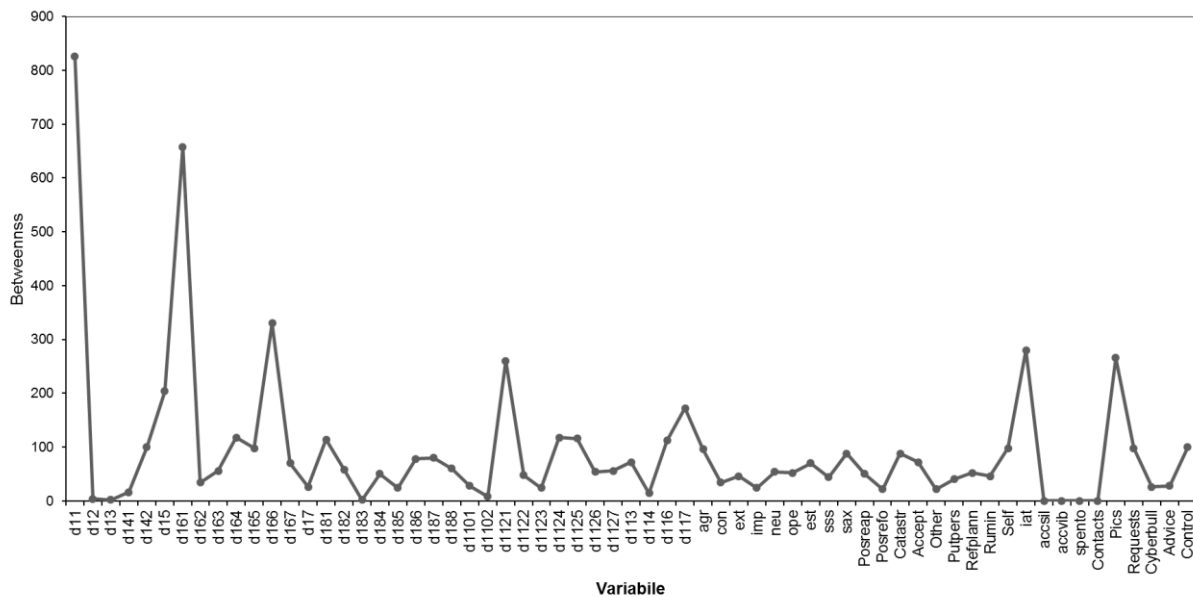


Figura 27 Punteggi di *betweenness*. Per la legenda dei nomi delle variabili, si veda la didascalia della Figura 26.

Predittori della Internet Addiction

Il grafico di Figura 26 è basato su una matrice di correlazione cosiddetta *regolarizzata*. In altri termini, ogni linea rappresenta il legame fra le variabili dopo aver controllato statisticamente per tutte le altre variabili. Il fatto che due variabili non siano collegate da nessuna linea, quindi, significa che una volta preso in considerazione l'effetto di tutte le altre variabili la correlazione fra queste due sia zero. Questo ha importanti implicazioni a livello teorico, perchè indica che nessuna delle due variabili può essere causa dell'altra, ed è un'informazione che tipicamente manca nelle matrici di correlazione "classiche", dove si considera solo la relazione a livello bivariato, e quindi è possibile che due variabili risultino correlate solo perchè sono effetti di una causa comune (la cosiddetta relazione spuria). Quando invece la linea è presente, allora è possibile ipotizzare non solo un legame statisticamente rilevante fra le due variabili, ma anche una relazione causale fra di esse – anche se non è possibile stabilire la direzione della causalità (si veda a questo proposito Epskamp, Cramer, Waldorp, Schmittmann, & Borsboom, 2012 e Pearl, 2000).

Poichè il focus di questo studio è sulle relazioni del livello di dipendenza da Internet, è stata esaminata la parte della matrice di correlazione regolarizzata che riguarda il punteggio alla scala IAT. I risultati sono riportati in Figura 28 e mostrano come la dipendenza da Internet sia associata con l'essere maschio e con un'alta frequenza di attività online, che a loro volta possono spiegare anche le correlazioni positive con il livello dei pericoli corsi online (tranne lo scambio di contenuti erotici, con cui la correlazione è negativa) e con i consigli genitoriali. A livello psicologico, maggiori livelli di dipendenza da Internet sono associati a minori livelli di autostima e coscienziosità e livelli maggiori di ansia sociale, oltre che a maggiori livelli di strategie di regolazione emotiva disfunzionali. Inoltre, vi è un'associazione con l'importanza soggettiva di Internet.

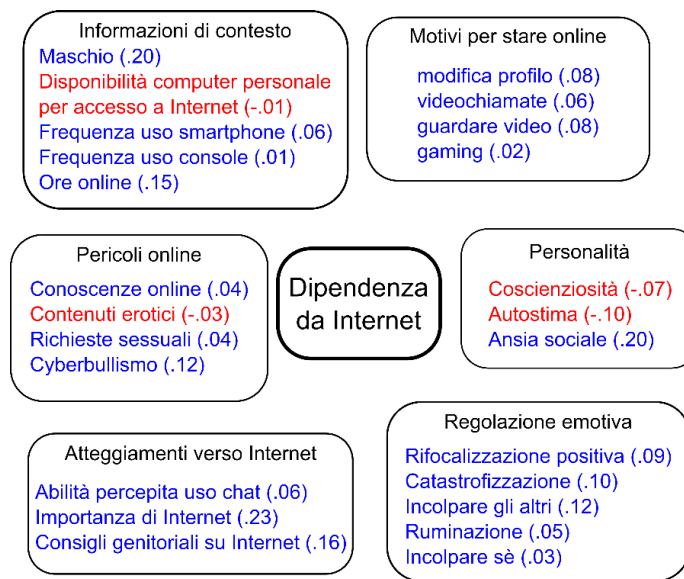


Figura 28 Variabili con le quali il punteggi allo IAT ha associazioni positive (in blu) o negative (rosso). I valori fra parentesi rappresentano il coefficiente di correlazione regolarizzato.

Mediante la tecnica di hierarchical partitioning è stato poi possibile indagare l'importanza relativa di queste variabili nel predire il punteggio di dipendenza da Internet. Complessivamente esse spiegano il 49.25% della varianza del punteggio di IAT, e come mostrato dalla Figura 29 le variabili che predicono maggiormente sono l'importanza attribuita a Internet (d133), l'ansia sociale (sax), le ore trascorse online (d17), l'attribuire agli altri la colpa per gli eventi negativi (Other) e il gaming (d187).

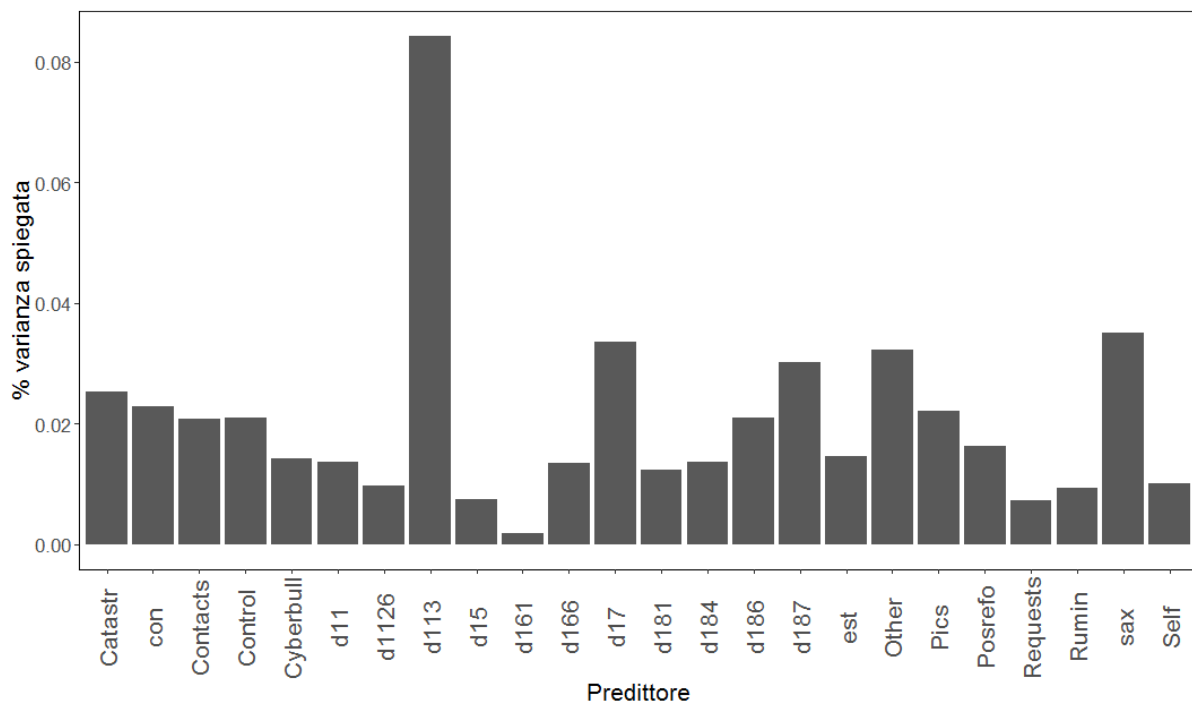


Figura 29 Importanza delle relative delle variabili in Figura 28 nel predire il punteggio allo IAT. Per la legenda dei nomi delle variabili, si veda la didascalia della Figura 26.

Riferimenti bibliografici

- American Psychiatric Association. (1996). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (4th edition)*. Washington, DC: American Psychiatric Association.
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5th ed.)*. Washington, DC: American Psychiatric Association
- Brady, K. (1996, April 21). Dropouts rise a net result of computers. *The Buffalo Evening News*, p. 1.
- Caplan, S. E. (2007). Relations among loneliness, social anxiety, and problematic internet use. *CyberPsychology & Behavior*, 10(2), 234–242. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9963>
- Evren, B., Evren, C., Dalbudak, E., Topcu, M., & Kutlu, N. (2018). Relationship of internet addiction severity with probable ADHD and difficulties in emotion regulation among young adults. *Psychiatry Research*, 269, 494–500. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2018.08.112>
- Giampietro, M. (April 30, 2013). Twenty years of a free, open web. Retrieved February 28, 2018, from <https://home.cern/news/news/computing/twenty-years-free-open-web>
- Griffiths, M. D. (1996). Internet addiction: an issue for clinical psychology? *Clinical Psychology Forum*, 97, 32-36.
- Kayış, A. R., Satici, S. A., Yilmaz, M. F., Şimşek, D., Ceyhan, E., & Bakioğlu, F. (2016). Big five-personality trait and internet addiction: A meta-analytic review. *Computers in Human Behavior*, 63, 35–40. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2016.05.012>
- Meerkerk, G.-J., van den Eijnden, R. J. J. M., Franken, I. H. A., & Garretsen, H. F. L. (2010). Is compulsive internet use related to sensitivity to reward and punishment, and impulsivity? *Computers in Human Behavior*, 26(4), 729–735. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2010.01.009>
- Murphey, B. (1996, June). Computer addictions entangle students. *The APA Monitor*, p. 26.
- New Yorker Magazine (1997). *Just Click No. Talk Story about Dr. Ivan K. Goldberg and the Internet Addiction Disorder*. Available from: <http://www.newyorker.com/magazine/1997/01/13/just-click-no>.
- Pierce, T. (2009). Social anxiety and technology: Face-to-face communication versus technological communication among teens. *Computers in Human Behavior*, 25(6), 1367–1372. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2009.06.003>
- Presidenza del Consiglio dei Ministri. Dipartimento Politiche Antidroga (2016). *Progetto IAD-U. Valutazione della prevalenza delle dipendenze comportamentali nell'epoca di internet tra studenti universitari*. Available from: http://presidenza.governo.it/AmministrazioneTrasparente/BandiContratti/Archivio/accordi_pa/politicheAntidroga/01PROGETTO%20IAD-U.pdf
- Sevelko, K., Bischof, G., Bischof, A., Besser, B., John, U., Meyer, C., & Rumpf, H.-J. (2018). The role of self-esteem in Internet addiction within the context of comorbid mental disorders: Findings from a general population-based sample. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(4), 976–984. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.130>
- Velezmoro, R., Lacefield, K., & Roberti, J. W. (2010). Perceived stress, sensation seeking, and college students' abuse of the Internet. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1526–1530. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2010.05.020>
- Young, K. S. (1996). Psychology of Computer Use: XL. Addictive Use of the Internet: A Case That Breaks the Stereotype. *Psychological Reports*, 79(3), 899–902. <https://doi.org/10.2466/pr0.1996.79.3.899>
- Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 237–244. <https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237>

APPENDICE 1



DISFOR

Dipartimento di Scienze della Formazione

Indagine sulla dipendenza da Internet

Gentile Dirigente,

Il Dipartimento Salute Mentale e Dipendenze della ASL3 Genovese, in collaborazione con il Dipartimento di Scienze della Formazione (DISFOR) dell'Università di Genova, ha predisposto una ricerca che coinvolge diverse scuole della Provincia di Genova.

La ricerca si propone di indagare i tipi e la frequenza di comportamenti online di giovani adulti e la relazione di questi con alcune loro caratteristiche di personalità.

Il progetto prevede la compilazione di un questionario strutturato durante l'orario scolastico, che verrà concordato dai ricercatori in relazione alle esigenze della scuola e di raccolta dati.

L'adesione a questo progetto è completamente volontaria e prevede la partecipazione solo di maggiorenni. I dati raccolti saranno trattati per soli scopi didattici e di ricerca, garantendo il diritto alla riservatezza e all'anonimato dei singoli partecipanti. I dati saranno raccolti ed elaborati nel pieno rispetto delle normative vigenti sulla privacy, rendendo anonimi i dati e conservando il materiale raccolto in luoghi non accessibili. Ai sensi del Decreto Legge N°196/03 relativo alla tutela della persona per il trattamento dei dati personali, La informiamo che i risultati potranno essere oggetto di pubblicazioni scientifiche, ma l'identità dei partecipanti rimarrà segreta in ogni fase della ricerca.

A livello scientifico il progetto è coordinato dal S.C. Sert nella persona della Dr. Cristiana Busso (cristiana.busso@asl3.liguria.it) e dal DISFOR nelle persona del Prof. Carlo Chiorri (carlo.chiorri@unige.it). Per maggiori informazioni e chiarimenti può contattare l'équipe di ricerca in base alle informazioni fornite qui di seguito.

Cordiali saluti

Genova, 13 Marzo 2018

Dr. Cristiana Busso Psicologa Referente Gruppo Dipendenze Tecnologiche del Sert Genovese

S.S. Sert Distretto 13 Genova Cristiana.busso@asl3.liguria.it 3474169057-010 8496241

Prof. Carlo Chiorri, Dipartimento di Scienze della Formazione, Università di Genova, Corso A. Podestà, 2, 16128 Genova (<mailto:carlo.chiorri@unige.it>)

APPENDICE 2



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI GENOVA

DISFOR

Dipartimento di Scienze della Formazione

Indagine sui comportamenti online

Ciao,

ti ringraziamo per la tua disponibilità a partecipare alla ricerca in oggetto, coordinata a livello scientifico dal Dipartimento di Scienze della Formazione (DISFOR) dell'Università di Genova dal Prof. Carlo Chiorri (carlo.chiorri@unige.it).

La ricerca si propone di indagare i comportamenti online delle persone della tua età e la loro relazione con alcune caratteristiche di personalità, e prevede la compilazione di un questionario strutturato.

I dati saranno trattati per soli scopi didattici e di ricerca, garantendo il diritto alla riservatezza e all'anonimato.

I dati saranno raccolti ed elaborati nel pieno rispetto delle normative vigenti sulla privacy, rendendo anonimi i dati e conservando il materiale raccolto in luoghi non accessibili.

Ai sensi del Decreto Legge N°196/03 relativo alla tutela della persona per il trattamento dei dati personali, Ti informiamo che i risultati potranno essere oggetto di pubblicazioni scientifiche, ma l'identità dei partecipanti rimarrà segreta in ogni fase della ricerca.

Ti ricordiamo che l'adesione a questo progetto è completamente volontaria e il consenso alla partecipazione potrà essere ritirato in qualsiasi momento.

Per maggiori informazioni e chiarimenti puoi contattare l'équipe di ricerca (010-20953709).

Il/la sottoscritto/a /nome e cognome dello studente) _____

Nato il (data di nascita dello studente) _____

Della classe (classe e sezione) _____ Della scuola (nome scuola) _____

Dichiara di aver compreso gli scopi della ricerca, le modalità di trattamento dei dati e di dare il consenso alla partecipazione a questa ricerca e all'utilizzo dei dati a scopi didattici e di ricerca.

Luogo e data _____

Firma dello studente _____

APPENDICE 3

Informazioni di contesto

1.1. Sei maschio o femmina? Maschio Femmina

1.2 In quale anno sei nato/a? _____

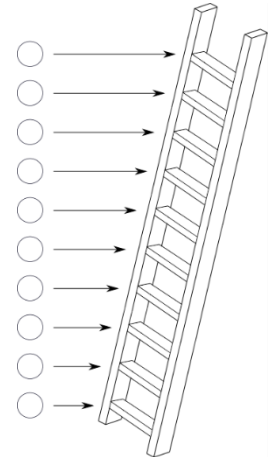
1.3 Immagina che la scala disegnata qui sotto rappresenti il livello socio-economico delle persone:

In cima alla scala, si trovano le persone più avvantaggiate – le più ricche, con i livelli di istruzione più alti e con i lavori meglio riconosciuti e rispettati socialmente. Al fondo, invece, si trovano le persone più svantaggiate – più povere, con basso livello di istruzione, con lavori meno prestigiosi o che sono senza lavoro.

Quindi, più in alto ci si posiziona sulla scala, più si è vicini alle persone più al “top”; più in basso ci si posiziona, più vicini si è alle persone molto svantaggiate.

Dove collocheresti la tua famiglia d’origine su questa scala?

Traccia una X sul cerchio che, in questo momento, rappresenta meglio la posizione dove riteni si collochi la tua famiglia d’origine.



1.4 A quale età hai avuto:

	Non ce l'ho ancora	Prima dei 10 anni	Tra i 10 e i 12 anni	Dopo i 12 anni
1.41 Il primo PC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.42 Il primo telefono cellulare / smartphone	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.5 A casa hai un computer con accesso a Internet che usi soltanto tu? (con accesso ad internet si intende accedervi tramite computer, TV, game station, un telefono cellulare o utilizzando la posta elettronica)

Sì No

1.6 Con quale frequenza usi i seguenti dispositivi?

	Più volte al giorno	Una volta al giorno	2/3 volte a settimana	1 volta a settimana	Meno di una volta a settimana
1.61 Cellulare / Smartphone	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.62 Tablet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.63 Computer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.64 Lettore mp3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.65 Videocamera/fotocamera digitale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.66 Console(Playstation, Xbox, Wii, Nintendo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.67 Televisore personale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.7 Quante ore al giorno stai online?

Meno di un'ora Da 1 a 3 ore Da 3 a 5 ore Da 5 a 7 ore Più di 7 ore

1.8 Per quale motivo ti connetti a Internet?

	Mai	Qualche volta	Molte volte	Tutte le volte
1.81 Modificare il mio profilo un social network (es., Facebook, Instagram)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.82 Messaggiare / chattare in room con video	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.83 Messaggiare / chattare in room senza video	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.84 Videochiamate	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.85 Ascoltare/scaricare musica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.86 Guardare video (Youtube)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.87 Giocare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.88 Navigare in cerca di informazioni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Non ho un telefono mio	Acceso ma silenzioso	Acceso con vibrazione	Lo spengo sempre
1.9 Spegni il telefono quando vai a dormire?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.10 Quanto sei d'accordo con le seguenti affermazioni?

	Per niente		Mediamente		Completamente	
1.101 Internet è utile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.102 Internet è pericoloso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.11 Quando eri su Internet, ti è mai capitato di:

	Sì	No
1.111 Inserire i tuoi dati personali online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.112 Inserire dati o foto di altri online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.113 Dare il tuo numero di telefono a qualcuno conosciuto online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.114 Dare appuntamento con qualcuno conosciuto online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.115 Inviare immagini di te nudo/seminudo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.116 Inviare immagini di qualcuno nudo/seminudo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.117 Ricevere messaggi con riferimenti sessuali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.118 Ricevere foto intime online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.119 Sapere che erano state inviate foto intime di qualche amico/a all'insaputa dell'interessato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1110 Essere vittima di insulti, prese in giro, scherzi pesanti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1111 Essere invitato a guardare immagini o video porno online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1112 Fare nuove conoscenze, anche di persone conosciute per la prima volta online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1113 Essere contattato da persone sconosciute che avevi il dubbio fossero adulti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1114 Avere accesso a siti pornografici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1115 Avere accesso a siti dove puoi interagire con adulti sconosciuti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1116 Fingere di essere più grande sui social network o nelle chat room?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1117 Limitare ai tuoi genitori il tipo di contenuto che possono vedere. Per esempio, hai vietato loro di vedere immagini che pubblici o nelle quali sei taggato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1118 Sentirti preoccupato o minacciato perché qualcuno ti ha infastidito o molestato online	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1119 Sentirti minacciato o in imbarazzo perché qualcuno ha postato o inviato messaggi su di te da far vedere ad altre persone	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1120 Qualcuno ha cercato di farti parlare di sesso on-line quando tu non volevi?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1121 Qualcuno ti ha chiesto informazioni sessuali su di te quando tu non volevi rispondere a queste domande?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1122 Qualcuno ti ha chiesto di fare qualcosa di sessuale che tu non volevi fare?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1123 Trovarti, contro la tua volontà, in un sito web che mostra immagini di persone nude o di persone che hanno rapporti sessuali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1124 Aprire un messaggio o un link in un messaggio che, a tua insaputa, mostrava immagini di persone nude o di persone che hanno rapporti sessuali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1125 Fare acquisti online di cui hai informato i tuoi genitori	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1126 Fare acquisti online di nascosto dai tuoi genitori	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.12 Quanto pensi di essere bravo nell'uso dei seguenti dispositivi o programmi?

	Per niente	Solo un po'	Abbastanza	Molto
1.121 Uso del computer in generale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.122 Uso del telefono cellulare/smartphone in generale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.123 E-mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.124 SMS / Whatsapp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.125 Social network (Es. Facebook)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.126 Chat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.127 Blog	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.13 Quanto è importante Internet nella tua vita?

Per niente Mediamente Completamente

1.14 Quanti profili hai sui social network?

Nessuno Uno Più di uno

1.15 Come si comportano i tuoi genitori circa l'uso di Internet?

	Si	No
1.151 Non mi hanno detto nulla di preciso in proposito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.152 Mi hanno detto di non diffondere mai i dati personali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.153 Mi hanno detto di evitare di comunicare con sconosciuti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.154 Mi hanno detto di non inviare foto mie e della famiglia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.155 Mi hanno detto di cosa devo fare se si mi imbatto in materiale che mi mette a disagio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.156 Mi hanno dato un tempo massimo di connessione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.157 Mi hanno indicato a quali siti mi posso collegare e per quali attività	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.158 Mi hanno impedito l'accesso a Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.159 Controllano i miei accessi a Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1510 Limitano il tempo che posso stare su Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.1511 Mi hanno spiegato di rischi di Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1.16 Quanti buoni amici hai?

Nessuno Uno Due Tre Più di tre

1.17 Quanto sei bravo a scuola?

Gravemente insufficiente (3-4) Insufficiente (4-5) Sufficiente (6) Buono (6-7) Ottimo (7-8)

IAT

Qui di seguito troverai una serie di domande che ti chiedono di indicare la frequenza con cui puoi o meno aver messo in atto i comportamenti descritti. Per favore, cerca di rispondere il più sinceramente possibile, in quanto non esistono risposte giuste o sbagliate.

	mai	rara- mente	ogni tanto	spesso	sempre
1. Quante volte ti sei accorto di essere rimasto online più a lungo di quanto intendevi fare?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Ti capita di trascurare le faccende domestiche mettere a posto la tua camera / tenere in ordine le tue cose per passare più tempo online?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Ti capita di preferire l'eccitazione offerta da Internet ad altre attività per te piacevoli?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Ti capita di stabilire nuovi rapporti con altri utenti online?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Accade che le persone accanto a te si lamentino per la quantità di tempo che passi online?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Accade che i tuoi studi risentano negativamente della quantità di tempo che passi online?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Ti capita di controllare i tuoi profili social prima di fare qualche altra cosa importante?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Il tuo rendimento scolastico è influenzato negativamente da Internet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Ti capita di stare sulla difensiva o di minimizzare quando qualcuno ti chiede che cosa fai online?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Quante volte ti ritrovi a scacciare pensieri negativi sulla tua vita con il pensiero consolatorio di Internet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Ti capita di scoprirti a pregustare il momento in cui andrai nuovamente online?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Ti succede di temere che la vita senza Internet sarebbe noiosa, vuota e senza gioia?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Ti capita di scattare, alzare la voce o rispondere male se qualcuno ti disturba mentre sei collegato?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Ti capita di perdere ore di sonno perché rimani alzato fino a tardi online?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Ti capita di concentrarti col pensiero su Internet quando non sei online o di fantasticare di essere collegato?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Ti capita di scoprirti a dire "Ancora qualche minuto e poi spengo" quando sei online?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Hai già tentato di ridurre la quantità di tempo che passi online senza riuscirci?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Cerchi di nascondere quanto tempo passi online?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Ti capita di scegliere di passare più tempo online anziché uscire con gli altri?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Ti capita di sentirti depresso, irritabile o nervoso quando non sei collegato, mentre stai benissimo quando sei nuovamente online?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Ti capita di passare molto tempo online per fare scommesse sportive (es., su calcio, basket)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Ti capita di passare molto tempo online per giocare a poker o altri giochi d'azzardo?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Ti capita di passare molto tempo online per giocare a giochi multiplayer (es., World of Warcraft, League of Legends)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Come affronti quello che succede?

A volte nella tua vita succedono cose belle, altre volte potrebbero capitare cose non piacevoli. Quando capita qualcosa di poco piacevole, potresti pensarci per molto tempo. Quando ti capita qualcosa spiacevole, di solito che cosa pensi?

		(quasi) mai	qualche volta	regolar- mente	spesso	(quasi) sempre
2.1	Penso che ciò che è successo mi fa sentire "più grande e più consapevole"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2	Penso a cose più belle che non c'entrano niente con ciò che è successo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3	Penso spesso a quanto è stata brutta la situazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4	Penso che devo accettare ciò che è successo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.5	Penso che sono gli altri la causa di tutto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.6	Penso a qualcosa di bello e non a quello che è successo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.7	Penso che gli altri sono stati stupidi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.8	Penso che nel mondo ci sono cose più brutte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.9	Penso a cosa è meglio fare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.10	Penso che ciò che è successo non è così negativo come altre cose che potrebbero capitare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.11	Ragiono su quello che penso e provo rispetto a ciò che è successo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.12	Penso ripetutamente a quanto è terribile tutto ciò che è successo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.13	E' semplicemente successo; io non ci posso fare niente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.14	Penso che sono stato stupido/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.15	Penso a come posso cambiare ciò che è successo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.16	Penso di essere la causa di tutto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.17	Penso ripetutamente a come mi sento rispetto a ciò che è successo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.18	Penso di poter imparare da ciò che è successo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Come ti descrivi?

Leggi attentamente ognuna delle seguenti affermazioni e indica quanto è vera per te.

	Falso	Un po' falso	Un po' vero	Vero
3.1. Sono una persona originale, che propone idee nuove	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2. Per natura tendo a perdonare con facilità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3. Sono una persona rilassata, che gestisce bene lo stress	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4. Mi piace fare cose che danno i brividi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5. Prendo le decisioni basandomi solo sulla mia prima impressione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.6. Credo di avere un certo numero di buone qualità	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.7. Faccio le cose con cura e attenzione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.8. Spesso seguo il mio istinto, l'ispirazione o le intuizioni, senza analizzare tutti i dettagli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.9. Sono estroverso/a, socievole	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.10. Mi piacciono le persone scatenate e imprevedibili	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.11. Mi sento in ansia se rimango da solo con un'altra persona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.12. Mi piace esplorare posti in cui non so cosa mi aspetta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.13. Nel complesso sono soddisfatto di me stesso/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.14. Mi piace fare cose nuove ed eccitanti, anche se sono contro le regole	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.15. Sono qualche volta scortese con gli altri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.16. In generale, mi preoccupo molto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.17. Ho un atteggiamento positivo nei miei confronti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.18. Sono una persona riservata	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.19. Ho un'immaginazione attiva	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.20. Tendo a essere pigro/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.21. Mi piace prendere velocemente delle decisioni così di poter iniziare a fare ciò che è necessario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.22. Mi impegno nello studio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.23. Parlo molto, sono una persona chiacchierona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.24. Cerco di imparare cose nuove	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.25. Mi sento a disagio se devo entrare in una stanza dove gli altri sono già seduti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.26. Divento facilmente ansioso/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.27. Mi preoccupa che le persone trovino strano il mio comportamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.28. Sono premuroso/a e gentile pressoché con tutti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>