



MARTA PALLIOLA

# IL FENOMENO DELLA LONELINESS NELL'ERA DEI SOCIAL NETWORK

*Prefazione di* **ORIANA IPPOLITI**



MARTA PALLIOLA

**IL FENOMENO  
DELLA LONELINESS  
NELL'ERA  
DEI SOCIAL NETWORK**

Diritti umani, sicurezza e diritto del lavoro / 13



Copyright © MMXIX  
«NeP edizioni Srls» di Roma (RM)  
www.nepedizioni.com  
info@nepedizioni.com  
Via dei Monti Tiburtini 590  
00157 Roma (RM)  
P. iva 13248681002  
Codice fiscale 13248681002  
Numero REA 1432587  
ISBN 978-88-5500-036-9

I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,  
di riproduzione e di adattamento anche parziale,  
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.  
Non sono assolutamente consentite le fotocopie  
senza il permesso scritto dell'Editore.

I edizione: ottobre 2019





## INDICE

|                     |    |
|---------------------|----|
| <b>PREFAZIONE</b>   | 9  |
| <b>INTRODUZIONE</b> | 12 |

### PARTE I

#### **CAPITOLO I: *La società attuale***

|  |    |
|--|----|
| 1.1 Dal mondo liquido alla società teconoliquida | 15 |
| 1.2 Il narcisismo digitale                       | 16 |
| 1.3 L'ambiguità                                  | 18 |
| 1.4 Sensation seeking                            | 18 |
| 1.5 Le relazioni light                           | 19 |
| 1.6 La velocità                                  | 20 |
| 1.7 La psicopatologia nell'era di Internet       | 20 |
| 1.8 I genitori fluidi e la sfida educativa       | 22 |
| 1.9 Nuove modalità d'esistenza                   | 23 |

#### **CAPITOLO II: *Internet e i nuovi abitanti***

|  |    |
|--|----|
| 2.1 Il divario digitale e il gap generazionale | 25 |
| 2.2 La nascita di Internet                     | 28 |
| 2.3 I social network                           | 30 |
| 2.3.1 Definizione                              |    |
| 2.3.2 L'evoluzione dei social network          |    |
| 2.3.3 Le origini e gli antenati                |    |
| 2.3.4 I primi social network                   |    |
| 2.3.5 Facebook                                 |    |
| 2.3.6 Twitter                                  |    |
| 2.3.7 Instagram                                |    |
| 2.3.8 Ask.fm                                   |    |
| 2.3.9. Snapchat                                |    |

|   |    |
|---|----|
| 2.3.10. Tumblr e Pinterest                      |    |
| 2.3.11. Whatsapp e Youtube                      |    |
| 2.4 Il mondo online                             | 41 |
| 2.5 Motivazioni dietro l'uso dei social network | 44 |

### **CAPITOLO III: *La comunicazione FTF e CMC***

|  |    |
|--|----|
| 3.1 La comunicazione interpersonale                      | 47 |
| 3.2 La comunicazione mediata dal computer                | 47 |
| 3.2.1 Il continuum della CMC                             |    |
| 3.3 La differenza tra la comunicazione FtF e CMC         | 49 |
| 3.3.1 La dimensione spaziale e il linguaggio non verbale |    |
| 3.3.2 La dimensione temporale                            |    |
| 3.3.3 Il numero di interlocutori                         |    |
| 3.3.4 L'anonimato  |    |
| 3.4 Teorie sui media e sulla comunicazione               | 53 |
| 3.4.1 Media Richness Theory                              |    |
| 3.4.2 Social Presence Theory                             |    |
| 3.4.3 Reduced Social Cues                                |    |
| 3.4.4 Modello SIDE                                       |    |
| 3.4.5 Social Information Processing Theory               |    |
| 3.4.6 Hypersonal Model                                   |    |
| 3.4.7 Teoria dell'azione situata                         |    |

### **CAPITOLO IV: *Identità in rete***

|  |    |
|--|----|
| 4.1 Il concetto del Sé                     | 61 |
| 4.2 L'identità virtuale                    | 62 |
| 4.3 Il Cyberspace e la presentazione di Sé | 63 |
| 4.3.1 Cyberspace e Cyberplace              |    |
| 4.3.2 Il nickname                          |    |
| 4.3.3 La homepage                          |    |
| 4.4 L'assenza del corpo                    | 67 |
| 4.4.1 Disinibizione                        |    |

- 4.4.2 Compensazione
- 4.4.3 Sperimentazione
- 4.4.4 L'analfabetismo emotivo

## **CAPITOLO V: *I legami virtuali***

- 5.1 Le relazioni virtuali 73
- 5.2 La teoria del disimpegno 74
- 5.3 La teoria della stimolazione 75
- 5.4 Ottica complessa 76

## **PARTE II**

## **CAPITOLO VI: *La loneliness***

- 6.1 Definizione di solitudine 79
- 6.2 Tipologie di solitudine 79
  - 6.2.1 L'aloneness
  - 6.2.3 La solitude
  - 6.2.3 La loneliness
- 6.3 Approcci concettuali alla loneliness 84
  - 6.3.1 Modello Psicodinamico
  - 6.3.2 Modello cognitivo
  - 6.3.3 Approccio basato sui deficit comportamentali
  - 6.3.4 Teorie multidimensionali sulla loneliness
    - 6.3.4.1 Social loneliness e Emotional loneliness
    - 6.3.4.2 Loneliness e tempo
- 6.4 Variabili connesse alla loneliness 93
  - 6.4.1 Loneliness ed età
  - 6.4.2 Loneliness e differenze di genere
- 6.5 Strumenti di misura 96
  - 6.5.1 L'UCLA Loneliness Scale
  - 6.5.2 La de Jong Gierveld Loneliness Scale
  - 6.5.3 La Social and Emotional Scale for Adults



|  |     |
|--|-----|
| 6.5.4. Loneliness and Aloneness Scale for Children and Adolescents |     |
| 6.6 Impatto della loneliness sulla salute fisica e mentale         | 102 |

## **CAPITOLO VII: *La loneliness e i social network***

|   |     |
|---|-----|
| 7.1 I tratti di personalità in relazione all'uso dei social network | 105 |
|---|-----|

### 7.1.1 Estroversione e introversione

#### 7.1.1.1 La teoria della compensazione sociale

#### 7.1.1.2 La Social Enhancement Hypothesis

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| 7.2 Il Social comparison orientation | 114 |
|--------------------------------------|-----|

### 7.2.1 Il confronto sociale su Instagram e gli effetti sulla loneliness

### 7.2.2 Il confronto sociale e il contagio emotivo

|  |     |
|--|-----|
| 7.3 Tipologie di social network e loneliness | 121 |
|--|-----|

|                    |     |
|--------------------|-----|
| <b>CONCLUSIONI</b> | 125 |
|--------------------|-----|

|                     |     |
|---------------------|-----|
| <b>BIBLIOGRAFIA</b> | 129 |
|---------------------|-----|

|                   |     |
|-------------------|-----|
| <b>SITOGRAFIA</b> | 141 |
|-------------------|-----|

## PREFAZIONE

*“Ciò che rende socievoli gli uomini è la loro incapacità di sopportare la solitudine e, in questa, se stessi”.*

Arthur Schopenhauer

Le innovazioni tecnologiche hanno indubbiamente mutato il modo in cui le persone interagiscono tra loro.

Nel nostro tempo la comunicazione sociale è supportata da applicazioni e strumenti tecnologici che consentono di superare le barriere e i vincoli di tempo e di spazio.

Il popolo degli internauti quotidiani è cresciuto in maniera esponenziale, e comprende utenti di ogni razza ed ogni età che, grazie alla rete, si scambiano informazioni, comunicano, o forse sarebbe più appropriato dire “chattano”, ovvero “dialogano attraverso la rete”.

Studi recenti, condotti nell’ambito della salute mentale, hanno riscontrato che “abusi” della rete hanno generato, negli ultimi anni, una forma di “internet-dipendenza”.

L’uomo, immerso nella rete, diventa camaleontico, in grado di vestire il corpo che più gli piace e che, almeno virtualmente, lo rende certamente libero di non essere se stesso mettendo in discussione la sua identità personale e “creando la possibilità di sperimentare ruoli e parti del Sé altrimenti non sperimentabili nella vita reale<sup>1</sup>”.

Consolidata in ambito medico – psicologico è la deduzione per cui “per le personalità più problematiche e labili, con un alto livello di vulnerabilità, il pericolo è che la realtà virtuale agisca come fattore di derealizzazione, a volte anche generando inquietanti sindromi di onnipotenza, che riverberano sulla realtà giornaliera con evidente disadattamento, con

---

1 MONACO M., La dipendenza da Internet. Dalla comunicazione alla comunicazione virtuale, p. 1.

sensi di derealizzazione e di depersonalizzazione”<sup>2</sup>.

L'internauta vive una sorta di “esclusione inclusiva”. Con questa espressione si è soliti indicare in ambito filosofico (che si riconduce alla teoria sull'homo sacer di Giorgio Agamben elaborata nell'omonimo testo<sup>3</sup>) una particolare forma di esperienza posta al limite tra due tipi di contesti diametralmente opposti tra loro. Il soggetto espande i propri orizzonti tramite l'universo digitale ma nel contempo si va progressivamente isolando, precludendo e talvolta rifiutando relazioni umane tradizionalmente intese. Certo, i soggetti predisposti sono, soggetti particolarmente esposti a rischio di isolamento e caratterialmente deboli, però è consolidato ormai che anche soggetti considerati “forti” cadano nel pericoloso circuito dei giochi di identità.

Infatti, questo atteggiamento porta ad un conseguente isolamento sociale e il concetto di identità personale finisce, inevitabilmente, con l'intrecciarsi con quello di identità digitale.

Appropriate e spassionate le parole di Leo Buscaglia: “*Ab-*

---

2 V. CARETTI – D. LA BARBERA, *Psicopatologia delle realtà virtuali*, cit. p. 5.

3 La figura dell'homo sacer, presente nel diritto romano arcaico, rappresenta un soggetto accusato di omicidio che non è sacrificabile in quanto impuro e indegno di essere offerto alle divinità, ma uccidibile da chiunque senza che l'assassino sia accusato di omicidio. In base a queste riflessioni l'homo sacer si porrebbe contemporaneamente all'interno sia dell'ordinamento divino, sia di quello terreno. Il concetto di homo sacer è per Agamben legato al cosiddetto stato di eccezione che analizza in analogia con lo stato di eccezione costituzionale. Con questa espressione si intende solitamente indicare in termini giuridici la sospensione dell'ordinamento giuridico vigente, indetta da un capo di Stato in attuazione dei poteri affidatogli dalla Costituzione, in favore di uno straordinario e temporaneo, reso necessario da una situazione di emergenza; l'analogia secondo Agamben con lo stato di eccezione dell'homo sacer risiederebbe proprio in questa capacità del governante di porsi sia dentro che fuori l'ordinamento legale.

*biamo dimenticato cosa sia guardarsi l'un l'altro, toccarsi, avere una vera vita di relazione, curarsi l'uno dell'altro. Non sorprende se stiamo morendo tutti di solitudine.”*

Nel presente volume, l'Autrice, ha il pregio indiscusso di mettere in luce principi utili e spunti di riflessione per potere fare fronte ai cambiamenti che l'innovazione digitale sta apportando nella società e in particolare sul rapporto che sussiste tra l'utilizzo dei social network e la solitudine.

Oriana Ippoliti<sup>4</sup>

---

4 Oriana Ippoliti, tecnologo presso l'IRCrES - CNR. Professore a contratto di Psicologia sociale presso l'Università degli Studi G. Marconi. Formatore per la Sicurezza sui Luoghi di Lavoro. Collabora con il CUG - CNR. Direttore Scientifico della collana "Diritti Umani, Sicurezza e Diritto del Lavoro" e Membro del Comitato scientifico della collana "Management & Comunicazione d'impresa" - NEP Edizioni.

## INTRODUZIONE

Ci troviamo in una nuova epoca storica definita da molti studiosi come “post moderna”, termine coniato per descrivere la condizione antropologica e culturale conseguente alla crisi e al tramonto della modernità. I vecchi ideali hanno lasciato il posto alla fragilità e all’insicurezza che caratterizzano questa società incessante e in continuo mutamento, nata dall’abbraccio tra il mondo liquido, così come annunciato dal sociologo polacco Zygmunt Bauman (2011), e dalla rivoluzione digitale iniziata da Steve Jobs (Cantelmi, 2013). Ad oggi sarebbe più opportuno parlare di società “tecnoliquida” poiché la virtualizzazione della realtà ha contribuito ad esaltare e a plasmare alcune caratteristiche dell’uomo postmoderno (come il narcisismo, la velocità, l’ambiguità, la ricerca di emozioni forti e il bisogno di infinite relazioni light) che si sono sviluppate di pari passo al progresso tecnologico. La rivoluzione digitale ha generato nuove modalità d’esistenza e Internet, da semplice strumento tecnologico, è divenuto al tempo stesso anche un luogo da abitare poiché ha indubbiamente mutato sia il modo di stare al mondo e di autodefinirsi nella società che quello di entrare in comunicazione con gli altri. Nonostante siano cambiati i tempi e gli strumenti a disposizione, l’essere umano resta un animale sociale e come tale ricerca il contatto e la partecipazione con i propri simili anche nello scenario virtuale.

Nell’epoca postmoderna i nuovi luoghi d’incontro sono diventati i social network. Con questo termine ci si riferisce ai servizi informatici online che permettono la realizzazione di reti sociali virtuali e che offrono agli utenti la possibilità di instaurare legami e di mantenersi in contatto con la

propria cerchia di conoscenze. Pur essendo accomunati da alcune caratteristiche, i social network variano in base alla modalità con cui veicolano le informazioni: testualmente o attraverso le immagini. Tra le sottostanti motivazioni che spingono le persone ad utilizzarli troviamo per l'appunto il bisogno associativo.

Le piattaforme di *social networking* hanno cambiato il modo di comunicare, l'interazione oggi non passa più solo attraverso il corpo ma va oltre e supera i confini spazio temporali. La comunicazione mediata dal computer è disimpegnata e prettamente asincrona, si avvicina a quella reale solo nei medium che permettono una maggiore "presenza sociale" intesa in termini di immediatezza e intimità. La comunicazione basata sul testo e la mancanza di segnali visivi hanno vantaggi e svantaggi a seconda della prospettiva attraverso cui li si analizza. Da un lato, la comunicazione testuale permette maggiore disinibizione, autorivelazione e sperimentazione di parti di Sé, dato che aiuta a trascendere il limite della corporeità fisica; dall'altro canto però potrebbe portare le personalità più fragili a rifugiarsi nella comodità della rete per compensare le proprie mancanze, ottenendo come risultato una maggiore probabilità di incorrere in stati depressivi, alienazione e isolamento.

Il confine tra reale e virtuale è labile, il cyberspazio si intreccia continuamente con lo spazio concreto e in questo scenario diventa sempre più difficile scindere quello che è vero da quello che non lo è. Su Internet, e più nello specifico sui social network, si interagisce attraverso un'identità virtuale che è abilmente costruita con l'intento di mostrare agli altri il personaggio che si desidera interpretare, poiché si ha maggiore controllo sulla scelta degli elementi da rendere pubblici o da nascondere. Viene meno l'autenticità

dell'essere e prevale la definizione di “camaleonte sociale” (Mantovani, 1995) poiché l'uomo postmoderno costruisce sui social un'identità frammentata e il più possibile adatta alla situazione-relazione in cui è inserito.

Dunque con il passare degli anni i progressi compiuti dalla tecnologia sono stati così potenti e rapidi che hanno cambiato la società e di conseguenza anche il modo di definirsi e di entrare in relazione. L'iperconnessione ha fatto sorgere una serie di quesiti inerenti alla pericolosità della rete. Un argomento molto dibattuto, sia dai ricercatori che dagli stessi abitanti del mondo virtuale, è quello che riguarda il concetto di solitudine. L'obiettivo della tesi è stato quello di cercare di indagare il rapporto che sussiste tra l'utilizzo dei social network e la solitudine. Il termine inglese “*loneliness*” descrive in maniera più precisa il fenomeno e sta a indicare l'aspetto psicologico e soggettivo dell'esperienza di solitudine che non coincide per forza con il concetto di isolamento fisico, il quale prende invece il nome di “*aloneness*”. In particolar modo la *loneliness* corrisponde alla sensazione di discrepanza tra le relazioni sociali che si desidera avere e quelle che effettivamente si possiedono.