

PROFESSIONE PSICOLOGO

*Indagine su 180 dirigenti dell'impresa pubblica e privata, della sanità,
del non profit, dell'informazione/comunicazione*

*Delibera del Consiglio Nazionale dell'Ordine degli Psicologi del 13 aprile 2007,
lettere di cui ai prot. 07000265 e 07000268 del 10 settembre 2007*

© Nicola A. De Carlo, dicembre 2007

INDICE

1. QUADRO DI RIFERIMENTO	Pag. 3
2. OBIETTIVI DELL'INDAGINE, METODOLOGIA, STRUMENTI E PARTECIPANTI	» 3
3. AMBITI DEL COLLOQUIO/INTERVISTA	» 4
4. RISULTATI RELATIVI ALL'AREA DI RAPPRESENTAZIONE SOCIALE DELLA PROFESSIONE, DEI SUOI PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA ANCHE RISPETTO AD ALTRE FIGURE PROFESSIONALI	» 5
5. CODE-BOOK I: INCROCI TRA SOTTONODI E APPARTENENZE DEGLI INTERVISTATI	» 36
6. RISULTATI RELATIVI ALL'AREA DELLE PRESTAZIONI PSICOLOGICHE, DELLE MODALITÀ CONTRATTUALI, DELL'EFFICACIA E DELLA SODDISFAZIONE DEGLI UTENTI, DEGLI OBIETTIVI E DELLE FUTURE PRESTAZIONI	» 45
7. CODE-BOOK II: PRESTAZIONI PSICOLOGICHE, MODALITÀ CONTRATTUALI, EFFICACIA E SODDISFAZIONE DEGLI UTENTI, OBIETTIVI E FUTURE COLLABORAZIONI	» 48
8. CONCLUSIONI, SINTESI DELLA RICERCA E LINEE GUIDA PER L'INTERVENTO	» 66
9. NOTA BIBLIOGRAFICA	» 73

PROFESSIONE PSICOLOGO

Indagine su 180 dirigenti dell'impresa pubblica e privata, della sanità, del non profit, dell'informazione/comunicazione

1. QUADRO DI RIFERIMENTO

L'attuale contesto sociale e lavorativo si caratterizza per l'ampia ridefinizione degli spazi applicativi e professionali della psicologia. Muovendo da tradizionali categorie, quali sono quelle della terapia, della famiglia, della scuola e dell'azienda, lo psicologo si trova oggi ad operare prendendo in carico la persona intera dell'utente/paziente, dell'allievo o del dipendente, in una prospettiva di ciclo di vita e di contesti organizzativo/associativi, di valorizzazione individuale e collettiva, di speranze e di attese, secondo codici interpretativi e d'azione fra i quali hanno particolare rilievo l'immateriale e la flessibilità.

2. OBIETTIVI DELL'INDAGINE, METODOLOGIA, STRUMENTI E PARTECIPANTI

Con la presente ricerca – realizzata in esecuzione della delibera del Consiglio Nazionale dell'Ordine degli Psicologi del 13 aprile 2007, come successivamente specificato nelle lettere di cui ai prot. 07000265 e 07000268 del 10 settembre 2007 – ci si propone di acquisire conoscenze sulle effettive necessità percepite da aventi causa quali dirigenti apicali della sanità, del non profit (cooperative sociali, comunità terapeutiche, associazioni di volontariato, ...), dell'impresa pubblica (istituti scolastici, comuni e province, camere di commercio, enti di previdenza, ...) e dell'impresa privata, nonché delle agenzie di informazione e comunicazione. In tale prospettiva sono state poste in essere le fasi di indagine riportate di seguito, di cui la progettazione, la supervisione e la responsabilità scientifica competono a Nicola A. De Carlo.

Fasi di realizzazione

a) Analisi della letteratura specialistica nazionale ed internazionale ed individuazione dei contributi maggiormente utili per la progettazione di un protocollo di colloquio/intervista strutturata volta a rilevare i contenuti/contesti professionali della psicologia, le attese sul piano affettivo/cognitivo ed i risultati auspicati, nonché la domanda/offerta di prestazioni percepite e/o giudicate di rilievo da parte dei dirigenti intervistati. Lo strumento è stato messo a punto

anche con il fine di favorire l'incontro fra l'attuale e potenziale mercato del lavoro/mondo produttivo e gli psicologi, nonché di fornire contributi per l'intervento sull'offerta formativa in campo psicologico e in una prospettiva di marketing/comunicazione sociale.

b) Conduzione del colloquio/intervista strutturata su un campione di 180 dirigenti – 80 interlocutori in più rispetto a quelli inizialmente programmati, dato che in corso d'opera l'articolazione e la complessità dei temi emersi hanno consigliato un ampliamento della numerosità prevista – e audio-registrazione dei contenuti relativamente all'area del colloquio/domande aperte; per l'area delle domande chiuse ci si è avvalsi della registrazione su protocollo da parte dei rilevatori.

I colloqui/interviste sono stati realizzati a cura di un'équipe composta da Giuseppe Santisi (Università di Catania), Paula Benevene (Università di Roma) e Laura Dal Corso (Università di Padova) per i lavori sui sub-campioni nei territori di competenza (Sicilia, Lazio, Veneto).

Il campione complessivo si compone di tre sub-campioni formati ciascuno da 60 persone, ognuno dei quali comprende 15 dirigenti dell'impresa pubblica, 14 di quella privata, 14 della sanità, 14 del non profit e 3 dell'informazione/comunicazione. Con ogni interlocutore gli intervistatori hanno cercato di interagire in modo approfondito ed empatico. I dirigenti che hanno partecipato alla ricerca sono per il 58,9% uomini; si distribuiscono per circa il 50%, rispettivamente, un po' al di sotto e un po' al di sopra dei 50 anni; sono equamente ripartiti (un terzo per ciascun sub-campione) nelle regioni Veneto, Lazio e Sicilia. Per una rappresentazione grafica dei dati si veda il Code-Book II, a pagina 48.

c) Valutazione/elaborazione/interpretazione mediante tecniche di analisi qualitative e quantitative dei dati raccolti.

d) Stesura del presente report conclusivo recante alcune linee guida in termini di relazioni e possibilità di promozione per la "professione psicologo" in una prospettiva di marketing/comunicazione sociale e di progettazione dell'offerta formativa.

3. AMBITI DEL COLLOQUIO/INTERVISTA

Ci si è avvalsi di un protocollo per la conduzione di ciascun colloquio/intervista costituito da varie domande suscettibili di risposta aperta che sono state audio-registrate e da altre comportanti risposta chiusa; per queste ultime i rilevatori si sono serviti di una specifica parte del protocollo, riportando in esso le risposte fornite dai partecipanti alle varie domande (ovvero collocando o riconducendo le risposte nell'ambito delle categorie in esso previste).

Il protocollo ha consentito di disporre di informazioni e di dati negli ambiti di seguito riportati:

- a) caratteristiche socio-anagrafiche;
- b) rappresentazione sociale dello psicologo, anche rispetto ad altre figure professionali;
- c) punti di forza e di debolezza della professione;
- d) prestazioni psicologiche fruite;
- e) modalità contrattuali utilizzate;
- f) valutazione dell'efficacia, dell'efficienza e della soddisfazione degli utenti in merito alle prestazioni dello psicologo;
- g) percezione di utilità relativamente al raggiungimento degli obiettivi;
- h) intenzioni relative a future ed ulteriori collaborazioni con psicologi.

4. RISULTATI RELATIVI ALL'AREA DI RAPPRESENTAZIONE SOCIALE DELLA PROFESSIONE, DEI SUOI PUNTI DI FORZA E DI DEBOLEZZA ANCHE RISPETTO AD ALTRE FIGURE PROFESSIONALI

I dati relativi a quest'area costituiscono il risultato dell'indagine empirica condotta sui 180 partecipanti mediante colloquio/intervista, in relazione a ciascuno dei quali si è realizzata l'analisi del contenuto. Quest'ultima, come è noto, consiste in una tecnica finalizzata ad estrarre le informazioni da un corpus di materiale (usualmente verbale), che comporta l'identificare sistematicamente e oggettivamente specifiche caratteristiche del materiale stesso (Smith, 2000). È mirata a rilevare particolari temi in testi complessi (Ghiglione, 1980) con l'intento di ridurre un corpus ampio di dati qualitativi ad una matrice di categorie (Contarello & Volpato, 2002).

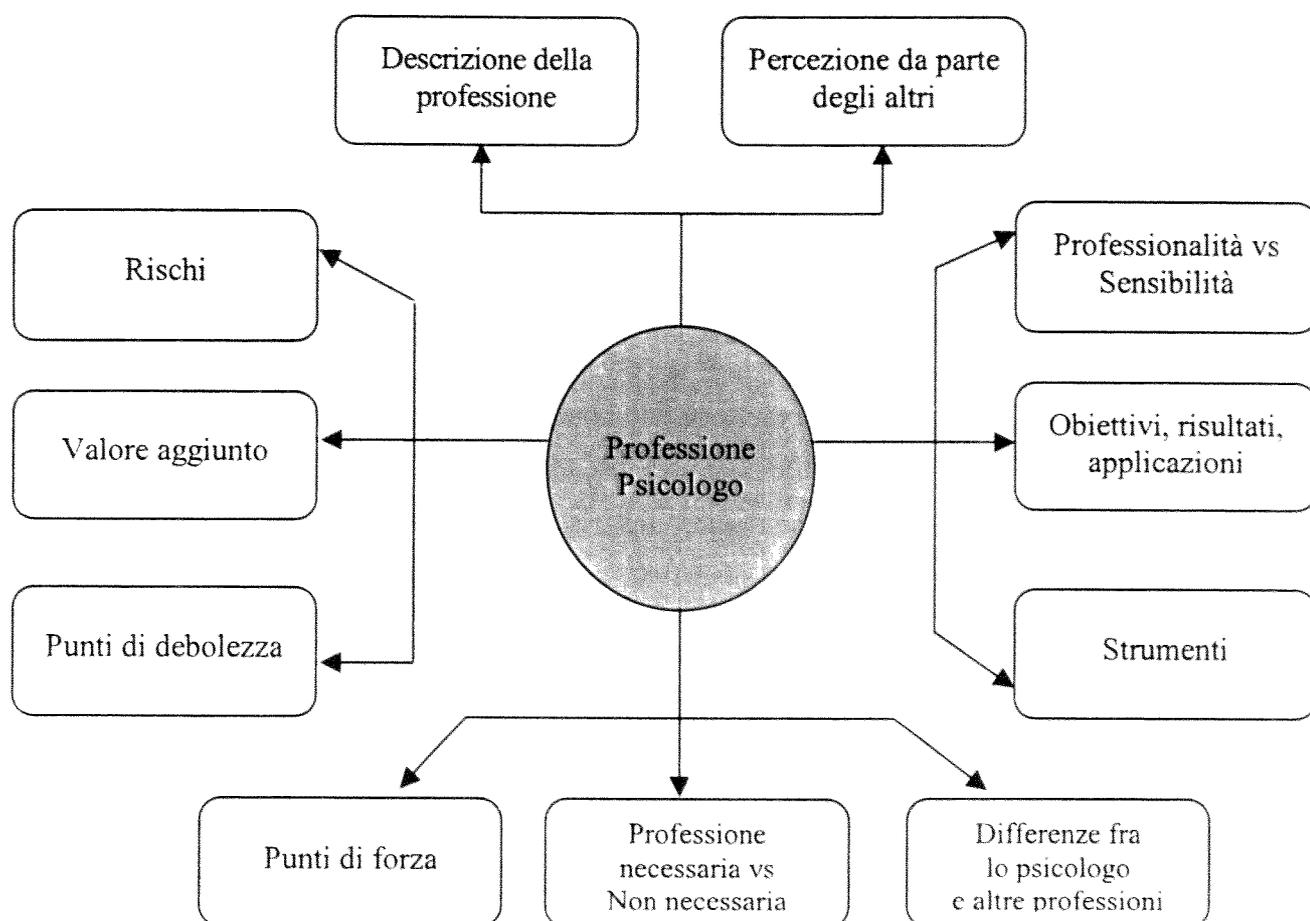
L'analisi del contenuto, nella presente indagine, è stata condotta attraverso la valutazione dei 180 file relativi alle trascrizioni dei colloqui/interviste. Per tale analisi è stato utilizzato il software QSR NUD*IST N6 (Non-numerical Unstructured Data Indexing Searching and Theorizing), comunemente considerato un valido strumento fra quelli denominati in letteratura CAQDAS-Computer Assisted Qualitative Data Analysis (Lee & Fielding, 1995). Tali strumenti permettono di collegare i documenti alle ipotesi di lavoro, operando sia sul sistema di raccolta che su quello di codifica e garantendo un percorso flessibile ed interattivo (Mazzara, 2002).

Come unità di analisi principale è stato scelto il *paragrafo*, in quanto ritenuto più consono agli scopi della ricerca rispetto alla *linea* o alla *frase*; complessivamente sono stati analizzati 4.537 paragrafi (unità).

È stata realizzata una prima codifica che ha portato ad individuare alcune preliminari categorie di analisi (*Free Nodes*). Successivamente, una seconda analisi del materiale testuale e dei Free

Nodes (avvalendosi del software sopra citato) ha permesso la creazione delle definitive categorie di codifica (*Nodes*) e la realizzazione della struttura gerarchica ad albero (*Tree Nodes*). In seguito, attraverso la funzione “Search & Compare Nodes, Crosstabs, Matrix”, sono state analizzate le relazioni tra i principali nodi (e i rispettivi sottonodi): “Descrizione della professione”, “Percezione da parte degli altri”, “Professionalità vs Sensibilità”, “Obiettivi, risultati, applicazioni”, “Strumenti”, “Differenze fra lo psicologo e altre professioni”, “Professione necessaria vs. Non necessaria”, “Punti di forza”, “Punti di debolezza”, “Valore aggiunto”, “Rischi”.

La rappresentazione grafica del modello viene di seguito riportata.



In relazione al primo nodo/categoria denominato “Descrizione della professione” – concetto per il quale veniva specificamente richiesto di associare alla professione dello psicologo parole, concetti ed immagini – è stata svolta anche una *Text Search* per individuare la frequenza delle diverse associazioni.

Per una più agevole interpretazione dei risultati, la struttura ad albero è stata articolata in diagrammi di flusso, così da visualizzare meglio le mappe concettuali. In ogni sottonodo è riportato il numero di documenti – ovvero il numero di risposte – ad esso riferite.

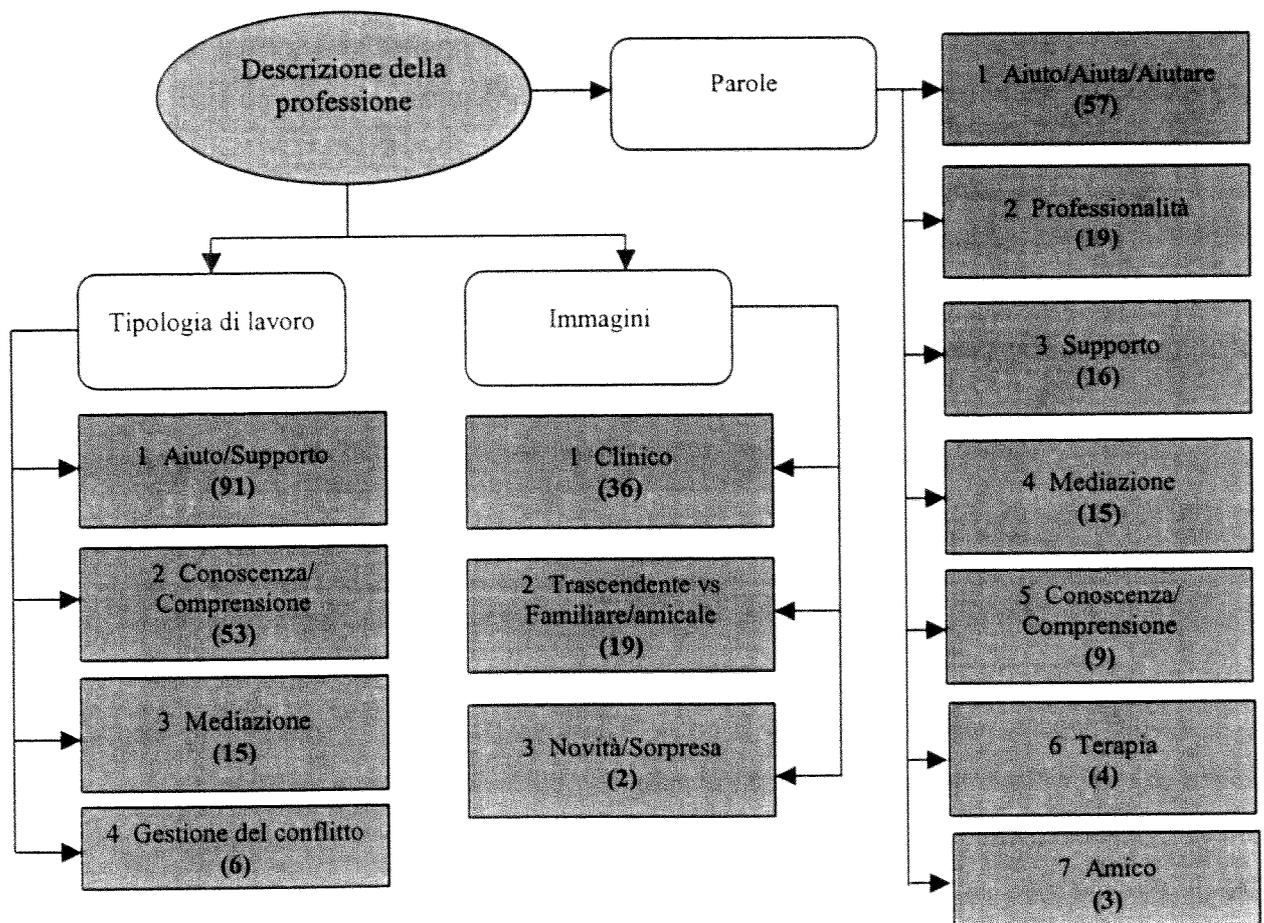
Sono stati identificati 11 nodi principali (indicati nel modello precedentemente riportato), rilevanti per gli obiettivi della ricerca.

Per ciascuna delle tematiche si sono individuati numerosi sottonodi – connessi ai relativi nodi – rappresentati nei diversi diagrammi alle Figure 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 e 11 e nelle relative tabelle (successive a ciascuna figura) recanti alcuni loro contenuti esemplificativi; nel Code Book I (pp. 36-44) sono riportati gli incroci tra nodi/sottonodi e caratteristiche dei partecipanti.

Descrizione della professione

In tale categoria (tre nodi e relativi sottonodi) sono stati raccolti giudizi, concetti e associazioni degli intervistati, nonché argomenti, parole e immagini maggiormente ricorrenti e caratterizzanti valutazioni cognitive e affettive sulla professione. In proposito riportiamo di seguito la Figura 1.¹

Figura 1



¹ Nella Figura 1, così come nelle altre presentate nelle pagine successive, all'interno delle celle di ogni sottonodo è indicato (in grassetto e fra parentesi) il numero di documenti codificati – ovvero risposte, concetti, associazioni cui è stato attribuito un significato – riferiti al sottonodo stesso.

Nella Tabella 1, così come per le successive di questo paragrafo, si è riportato per ciascun sottonodo un esempio, ovvero uno dei giudizi, concetti e associazioni espressi dagli intervistati.

Tabella 1

DESCRIZIONE DELLA PROFESSIONE	
<i>TIPOLOGIA DI LAVORO</i>	
SOTTONODI	ESEMPI
Aiuto/Supporto	<i>È una persona che è in grado di ascoltare e di dare aiuto, supporto e sostegno.</i>
Conoscenza/ Comprensione	<i>Lo psicologo è colui che opera con il fine di conoscere e comprendere il comportamento umano nelle situazioni più diverse.</i>
Gestione del conflitto	<i>Mi viene in mente una persona in grado di gestire i conflitti in qualsiasi ambito di lavoro, pubblico o privato, ma anche nell'ambito familiare.</i>
Mediazione	<i>Lo definirei come un ruolo di mediazione tra le parti, cioè tra diversi operatori nell'ambito dell'équipe e tra le diverse équipe.</i>
<i>IMMAGINI</i>	
SOTTONODI	ESEMPI
Trascendente vs	<i>Come immagine direi quasi un angelo che sta dietro e abbraccia la persona che chiede aiuto.</i>
Familiare/amicale	<i>L'immagine è di avere una madre sempre vicino, il legame che c'è fra figlio e genitore.</i>
Clinico	<i>L'immagine ricorrente consiste in una persona distesa sul lettino con accanto seduto lo psicologo che annota quanto viene detto.</i>
Novità/Sorpresa	<i>Le immagini che associo a questa figura professionale sono quelle di novità e sorpresa, in quanto è una professione giovane ma non per questo meno considerevole.</i>

Come appare nella Figura 1, per il nodo "Tipologia di lavoro" l'analisi delle frequenze evidenzia che la professione dello psicologo appare maggiormente centrata sull'"Aiuto/Supporto" alle persone (91 documenti codificati), sulla "Conoscenza/Comprensione" (53) e in misura minore sulla "Mediazione" (15) e sulla "Gestione del conflitto" (6). Per tali elementi, così come per quelli citati di seguito, è utile considerare gli esempi² riportati per i diversi sottonodi.

² Gli esempi costituiscono solo una piccola parte dei documenti codificati e sono stati selezionati in quanto indicativi delle loro categorie d'appartenenza.

Interessante è anche rilevare che il sottonodo “Clinico” presenta 36 documenti codificati ed il “Trascendente vs Familiare/amicale” 19.

Tali dati vengono rafforzati dalle parole “Aiuto/Aiuta/Aiutare” (57), “Supporto” (16), “Mediazione” (15), “Conoscenza/Comprensione” (9). Di modesta frequenza è il termine “Terapia” (4).

“Professionalità” evidenzia 19 documenti codificati.

Dagli incroci fra le categorie produttive rappresentate ed i diversi sottonodi (*D1a*, p. 36)³ appare l’associazione “Aiuto/Supporto” come distintiva, in ampia misura, della professione dello psicologo. Una certa confluenza si riscontra anche per il concetto “Conoscenza/Comprensione”. Su entrambe le dimensioni incidono, rispettivamente, anche 3 e 4 documenti codificati per gli operatori della comunicazione.

Per quanto riguarda le “Immagini” (*D1b*, p. 36), è pressoché analoga la numerosità dei documenti codificati nel settore clinico per le categorie pubblico (9), privato (8), non profit (7) e sanità (9); 3 le frequenze per la comunicazione. Con minor numero di frequenze, appare omogeneo fra le varie categorie, nell’ordine sopracitato (escludendo la comunicazione), il sottonodo “Trascendente vs Familiare/amicale” (6, 5, 5 e 3 documenti codificati), nel cui ambito si riscontrano varie associazioni di cui possono costituire esempio i termini angelo, madre, amico.

Percezione da parte degli altri

Si è chiesto agli intervistati di esprimere le opinioni che colleghi/amici/familiari hanno dello psicologo. I risultati, in termini di valori e di conoscenza, vengono codificati di seguito nella Figura e nella Tabella 2.

³ Per questo dato, come per tutti gli altri citati nel presente paragrafo, si rinvia alla tabella specificamente richiamata nel corso della trattazione, nonché alle altre presenti nel Code-Book I (pp. 36-44), così da poter disporre di descrizioni maggiormente dettagliate e analitiche per le diverse categorie prese in esame.

Figura 2

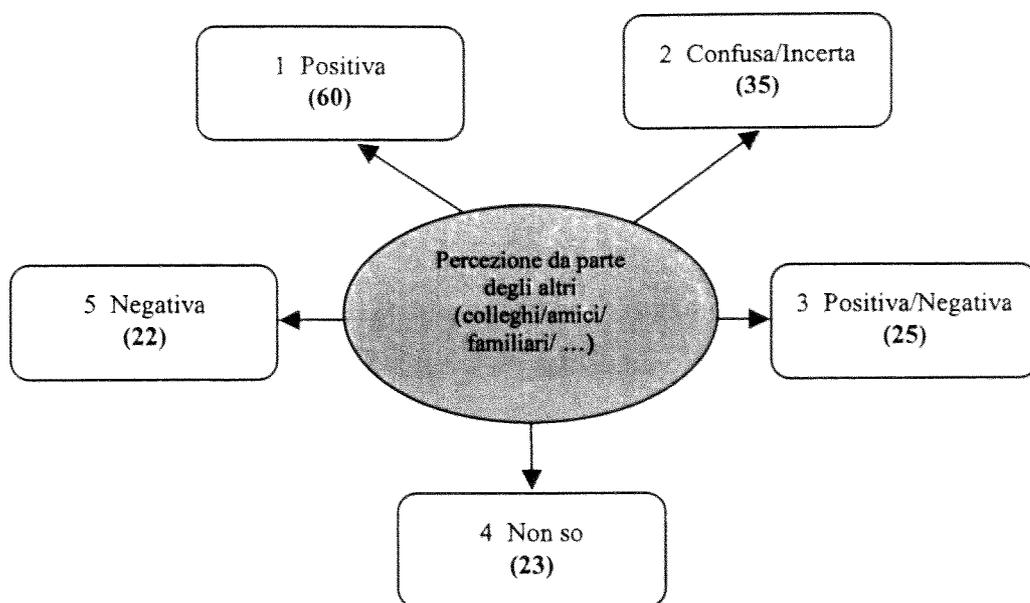


Tabella 2

PERCEZIONE DA PARTE DEGLI ALTRI (COLLEGHI/AMICI/FAMILIARI/ ...)	
SOTTONODI	ESEMPI
Positiva	<i>Lo giudicano positivamente. Ritengono che svolga un compito importante: aiutare a ritrovare sé stessi e a stare bene con sé stessi.</i>
Negativa	<i>C'è sempre un'aria di sospetto in quanto questa figura è vista più come una persona che indaga e che si interessa di cose molto personali: c'è conflitto, opposizione nei confronti di questa figura.</i>
Positiva/Negativa	<i>I miei amici hanno una buona percezione, anche perché lavorano tutti nel sociale. I miei familiari un po' meno, forse perché non lo conoscono o hanno avuto delle esperienze negative.</i>
Confusa/Incerta	<i>Spesso si fa confusione: penso che le persone non siano perfettamente al corrente di cosa voglia dire o fare lo psicologo. È una figura che si confonde spesso con quella dello psichiatra.</i>
Non so	<i>Non ne ho idea. È molto soggettivo e non mi è mai capitato di discuterne.</i>

La categoria con il maggior numero di documenti codificati è quella "Positiva" (60), seguita da "Confusa/Incerta" (35), "Positiva/Negativa" (25) e da "Negativa" (22). Inoltre sono stati codificati 23 documenti nella categoria "Non so". Le ragioni della confusione e dell'incertezza possono essere riassunte in modo efficace dall'esempio proposto in Tabella 2, secondo cui non si sa bene

che cosa faccia lo psicologo e lo si confonde con altre figure professionali; inoltre, in un altro esempio, viene evidenziata anche una percezione un po' intrusiva.

Dalla Tabella D2 (p. 36) appare come i dirigenti sanitari abbiano il minor numero di documenti codificati nel nodo "Negativa" (1) rispetto ai rappresentanti di aziende pubbliche (7), non profit (7) e private (6). Allo stesso modo, la categoria "Positiva" è codificata maggiormente dai dirigenti dell'ambito sanitario (18). Va rilevato che se i giudizi positivi costituiscono il 36,4% del totale, il 21,2% dei dirigenti ritiene che nella percezione altrui la professione dello psicologo sia confusa/incerta.

Professionalità vs Sensibilità

Tale categoria tende ad evidenziare la contrapposizione fra professionalità e sensibilità: viene infatti richiesto agli intervistati di esprimere se secondo loro lo psicologo deve essere un professionista preparato oppure soprattutto una persona dotata di sensibilità. Come appare nella Figura e nella Tabella 3 i due concetti vengono variamente associati negli auspici dei rispondenti.

Figura 3

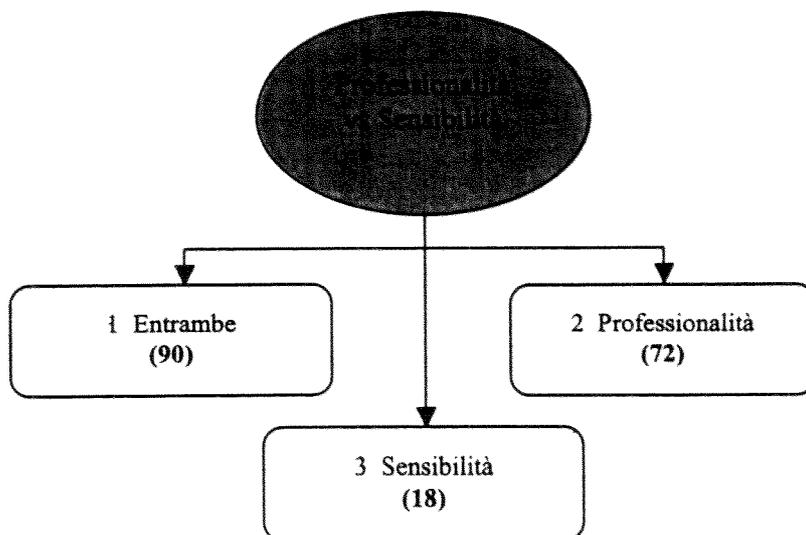


Tabella 3

PROFESSIONALITÀ VS SENSIBILITÀ	
SOTTONODI	ESEMPI
Professionalità	<i>Senza dubbio un professionista preparato.</i>
Sensibilità	<i>Penso ad una persona in larga misura dotata di sensibilità.</i>
Entrambe	<i>Non faccio distinzioni. Accanto alla capacità professionale occorre una grande sensibilità per trattare con le persone.</i>

Fra le virtù dello psicologo è apprezzata maggiormente la sintesi di professionalità e sensibilità. Gli intervistati auspicano che questo professionista sappia coniugare l'una e l'altra, come appare con evidenza dall'esempio riportato in Tabella 3. Si sono individuati tre diversi sottonodi: "Entrambe" (90 documenti codificati), "Professionalità" (72) e "Sensibilità" (18). È da rilevare, comunque, che la sensibilità viene considerata meno importante della professionalità da parte di coloro che le hanno valutate singolarmente.

Lo psicologo (D3, p. 37) viene percepito come dotato di "Professionalità" soprattutto dai dirigenti delle aziende private (22 documenti codificati); seguono la sanità (19) e il pubblico alla pari con il non profit (15). La categoria "Entrambe" è stata principalmente utilizzata dai dirigenti pubblici (23) e in generale da tutti gli altri (con 7 documenti codificati da parte dei 9 operatori della comunicazione).

Obiettivi, risultati, applicazioni

Le risposte riportate in questa categoria esprimono vari e diversi giudizi. Si va da ciò che significa applicare la psicologia nelle organizzazioni/aziende, pubbliche/private, profit/non profit, a quali dovrebbero essere i principali obiettivi dell'attività professionale dello psicologo, ai risultati che egli dovrebbe cercare di raggiungere in generale, e, in particolare, con riferimento all'organizzazione in cui l'intervistato opera. Riguardo ai sottonodi ottenuti riportiamo di seguito la Figura e la Tabella 4.

Figura 4

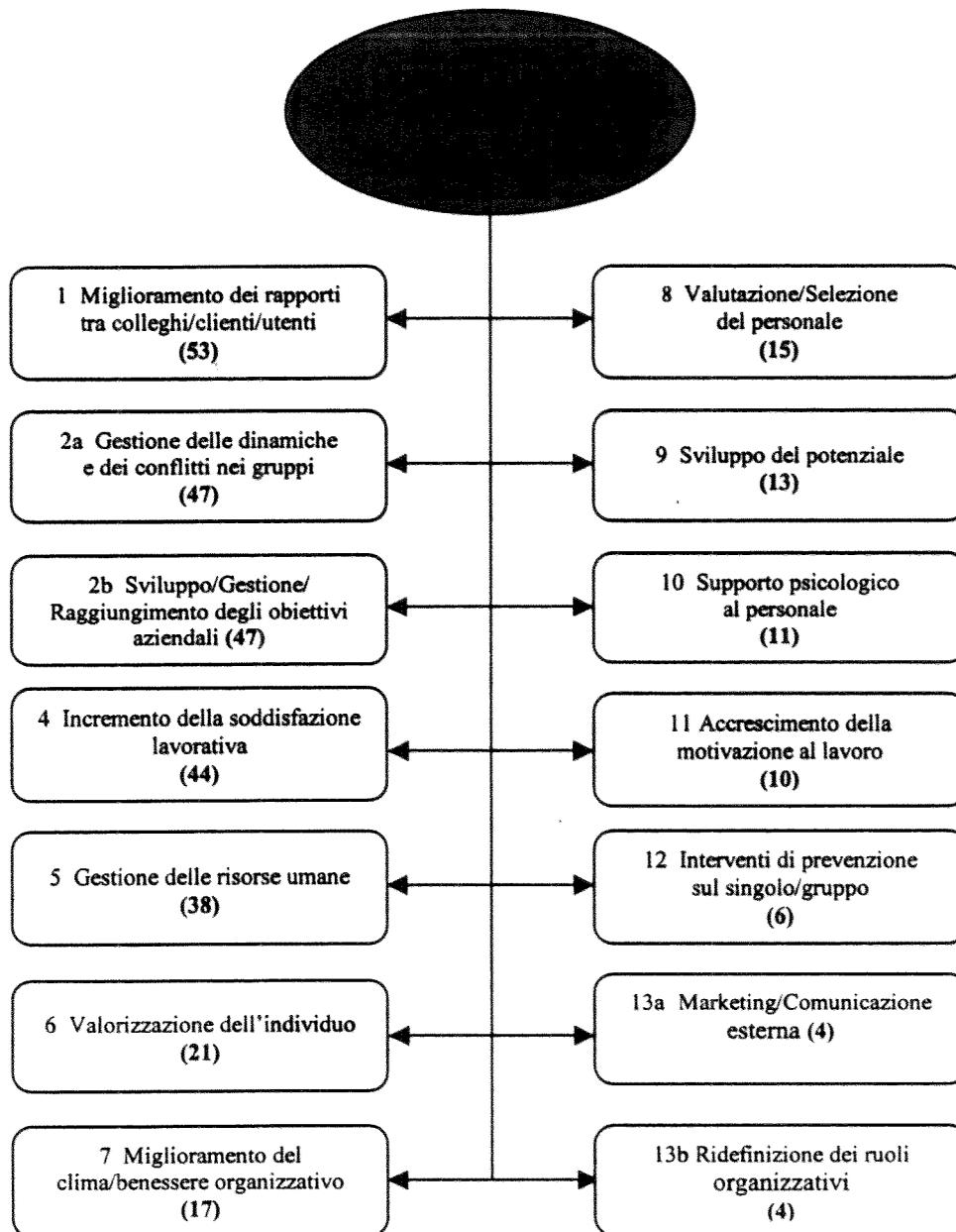


Tabella 4

OBIETTIVI, RISULTATI, APPLICAZIONI	
SOTTONODI	ESEMPI
Miglioramento dei rapporti tra colleghi/clienti/utenti	<i>Soprattutto migliorare i rapporti di lavoro tra colleghi equilibrando i rapporti di lavoro, dando indicazioni su questo.</i>
Incremento della soddisfazione lavorativa	<i>Far lavorare bene i dipendenti e stimolarli personalmente. Un dipendente soddisfatto rende il doppio.</i>

Supporto psicologico al personale	<i>Gli obiettivi, sia generali che specifici, sono quelli di mettere il personale nelle condizioni psicologiche migliori.</i>
Sviluppo del potenziale	<i>Applicare la psicologia nell'organizzazione serve a migliorare le performance dei dipendenti.</i>
Valutazione/ Selezione del personale	<i>I problemi che devono affrontare quotidianamente sono i seguenti: selezione del personale, gestione del conflitto aziendale e valutazione del potenziale.</i>
Ridefinizione dei ruoli organizzativi	<i>Lo scopo principale di intervento sono la modifica e la ridefinizione dei ruoli all'interno dell'organizzazione, rendendo più efficaci i reparti affinché ogni lavoratore si senta adeguato e soddisfatto.</i>
Accrescimento della motivazione al lavoro	<i>Lo psicologo deve diventare un motivatore, colui che stimola i vari livelli dell'azienda affinché si raggiungano gli obiettivi.</i>
Valorizzazione dell'individuo	<i>Cercare di tirar fuori il meglio da ogni individuo prestandogli un'attenzione particolare.</i>
Gestione delle risorse umane	<i>Applicare la psicologia nelle organizzazioni/aziende potrebbe significare ottimizzare i flussi di lavoro, gli equilibri delle risorse umane.</i>
Gestione delle dinamiche e dei conflitti nei gruppi	<i>Diminuire le incognite e i conflitti, personali e di gruppo che in genere si innescano e si instaurano negli ambienti di lavoro.</i>
Marketing/ Comunicazione esterna	<i>Per quanto riguarda l'aspetto commerciale: il Marketing. Ad esempio dove va un prodotto, se va di più di un altro, se conviene investire su una o un'altra cosa. In base alle indagini ti guida sull'investimento e l'azienda può investire meglio.</i>
Sviluppo/ Gestione/ Raggiungimento degli obiettivi aziendali	<i>Applicare la psicologia significa dare un supporto per le problematiche diverse a seconda delle esigenze. Gli obiettivi sono quelli di dare input alla dirigenza per migliorare le aree per cui è richiesto l'intervento.</i>
Interventi di prevenzione sul singolo/gruppo	<i>Io vedo applicare la psicologia nel mondo del lavoro come un lavoro di prevenzione. La prevenzione prima di tutto.</i>
Miglioramento del clima/benessere organizzativo	<i>Semplicemente cercare di migliorare il clima aziendale: migliorare i rapporti tra i manager e le persone che collaborano con loro e migliorare i rapporti tra le strutture.</i>

Nel nodo denominato "Obiettivi, risultati, applicazioni" sono stati identificati numerosi sottogodi: "Miglioramento dei rapporti tra colleghi/clienti/utenti" (53 documenti codificati), "Gestione

delle dinamiche e dei conflitti nei gruppi” (47), “Sviluppo/Gestione/Raggiungimento degli obiettivi aziendali” (47), “Incremento della soddisfazione lavorativa” (44), “Gestione delle risorse umane” (38), “Valorizzazione dell’individuo” (21), “Miglioramento del clima/benessere organizzativo” (17), “Valutazione/Selezione del personale” (15), “Sviluppo del potenziale” (13), “Supporto psicologico al personale” (11), “Accrescimento della motivazione al lavoro” (10), “Interventi di prevenzione sul singolo/gruppo” (6), “Ridefinizione dei ruoli organizzativi” (4), “Marketing/Comunicazione esterna” (4).

È da rilevare come gran parte delle aree operative tradizionalmente consolidate dello psicologo siano state coperte dai documenti codificati, con una certa attenzione alle dimensioni dell’efficienza/efficacia produttiva per lo sviluppo/raggiungimento degli obiettivi aziendali e della gestione delle risorse umane. Anche gli esempi riportati sono in proposito indicativi. Maggiore spazio ci si sarebbe potuto attendere in tema di marketing e comunicazione esterna, data la rilevanza che hanno oggi le problematiche della qualità, della customer satisfaction e delle relazioni con gli utenti attuali e potenziali. Analoghe considerazioni sono fattibili a proposito degli interventi di prevenzione sul singolo/gruppo (6). Quest’ultimo dato è infatti lontano dalle prospettive di prevenzione del rischio psico-sociale che sono oggi di grande rilievo nel mondo del lavoro.

La professione dello psicologo (*D4a*, p. 37) viene percepita dai dirigenti della sanità, del pubblico e del privato in modo sostanzialmente omogeneo, con una certa prevalenza del privato in relazione alle aree aventi maggiore incidenza sulla performance. In sanità, nonostante vi operi il maggior numero degli psicologi, tali aree sono complessivamente meno rappresentate. Nel privato, in particolare, si riscontra una maggiore attenzione allo “Sviluppo/Gestione/Raggiungimento degli obiettivi aziendali” (15 documenti codificati), “Sviluppo del potenziale” (8) e alla “Valutazione/Selezione del personale” (6).

Strumenti

In risposta agli interrogativi sugli strumenti di cui lo psicologo dovrebbe servirsi per raggiungere i diversi obiettivi sono stati individuati i sottonodi riportati nella Figura e nella Tabella 5.

Figura 5

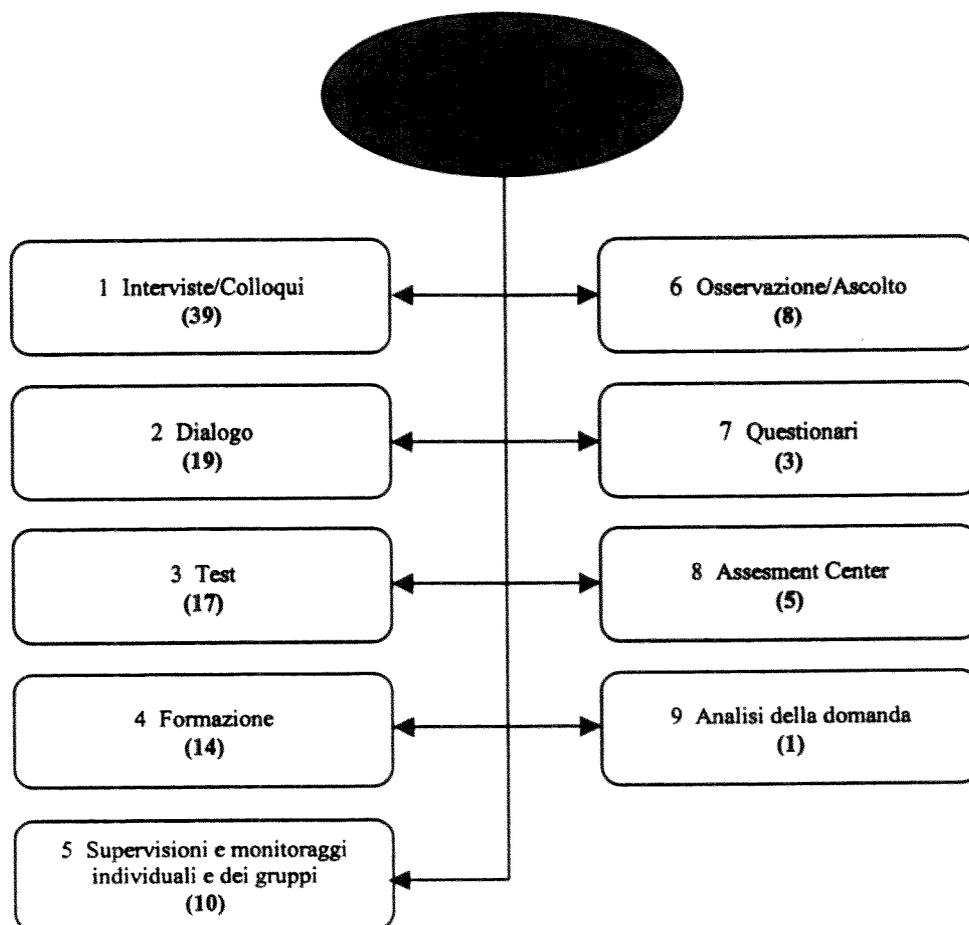


Tabella 5

STRUMENTI	
SOTTONODI	ESEMPI
Interviste/ Colloqui	<i>Lo strumento più adatto è quello del colloquio.</i>
Test	<i>È sicuramente utile alle organizzazioni: le sue competenze noi non le abbiamo e nemmeno gli strumenti. È utile perché attraverso specifici strumenti, quali i test, è in grado di effettuare delle valutazioni più precise.</i>
Questionari	<i>Per esempio nella mia azienda potrebbe aiutarmi a capire se ci sono problemi di tipo organizzativo o relazionali: attraverso colloqui, osservazione, questionari.</i>
Supervisioni e monitoraggi individuali e dei gruppi	<i>Dovrebbero esserci sicuramente dalle periodiche supervisioni di tipo personale e più allargate al gruppo di lavoro.</i>

Formazione	<i>Gli strumenti attraverso cui lo psicologo dovrebbe cercare di migliorare il benessere organizzativo sono primariamente l'ascolto delle problematiche interne all'organizzazione e la formazione del personale.</i>
Osservazione/ Ascolto	<i>Lo strumento principe è l'ascolto e l'empatia, probabilmente anche i test, ma forse sono meno personali.</i>
Dialogo	<i>Incontri periodici in cui si favorisca il dialogo e l'esternazione delle problematiche sia personali che professionali.</i>
Analisi della domanda	<i>Gli strumenti sono l'analisi della domanda e i metodi attivi.</i>
Assesment Center	<i>Gli strumenti dovrebbero essere i più interattivi possibili, lavoro di gruppo, simulazioni, analisi di casi problematici.</i>

Compaiono con maggior frequenza i sottonodi "Interviste/Colloqui" (39 documenti codificati) e "Dialogo" (19), privilegiando dunque lo strumento dell'interazione, dell'ascolto e della costruzione comune e condivisa dei risultati attesi. Seguono "Test" (17), "Formazione" (14) intesa come prassi operativa, "Supervisioni e monitoraggi individuali e dei gruppi" (10), "Osservazione/Ascolto" (8), "Assesment Center" (5), "Questionari" (3), "Analisi della domanda" (1). Anche in questo caso vengono evidenziate le modalità applicative maggiormente consolidate.

Ci si sarebbe potuti attendere un maggiore spazio per le attività di analisi e di ricerca/intervento.

In relazione ai diversi ambiti lavorativi si nota (D4b, p. 38) come vi sia una certa omogeneità nello scegliere quali importanti strumenti di azione le "Interviste/Colloqui", il "Dialogo" e l'"Osservazione/Ascolto". Tali tre categorie assorbono infatti il 56,9% delle associazioni. Le prime due categorie, comunque, si differenziano per la diversa tipologia di interazione che intercorre tra psicologo e utente: nel primo caso ci si riferisce ad una metodologia collocabile in un ambito di intervento "strutturato", nel secondo si coglie più l'aspetto relazionale di tipo informale. Si rileva inoltre, in sanità, una minore attenzione complessiva agli strumenti, riconducibile probabilmente ad una attenzione maggiore rivolta all'ambito psicoterapeutico. Si veda anche, in proposito, la D16, p. 52).

La categoria "Interviste/Colloqui" è stata molto codificata da tutte le categorie. La "Formazione" è stata individuata come strumento principalmente dai soggetti delle aziende private (5) e non profit (5).

Differenze con altre professioni

I sottonodi descritti nella Figura e nella Tabella 6 sono stati individuati in seguito alla domanda rivolta agli intervistati di esprimere che cosa distingue a loro giudizio lo psicologo dal medico, dallo psicoterapeuta, dal consulente del lavoro, dal coach, dal counselor (le risposte per queste ultime tre categorie sono state codificate in un unico sottonodo).

Figura 6

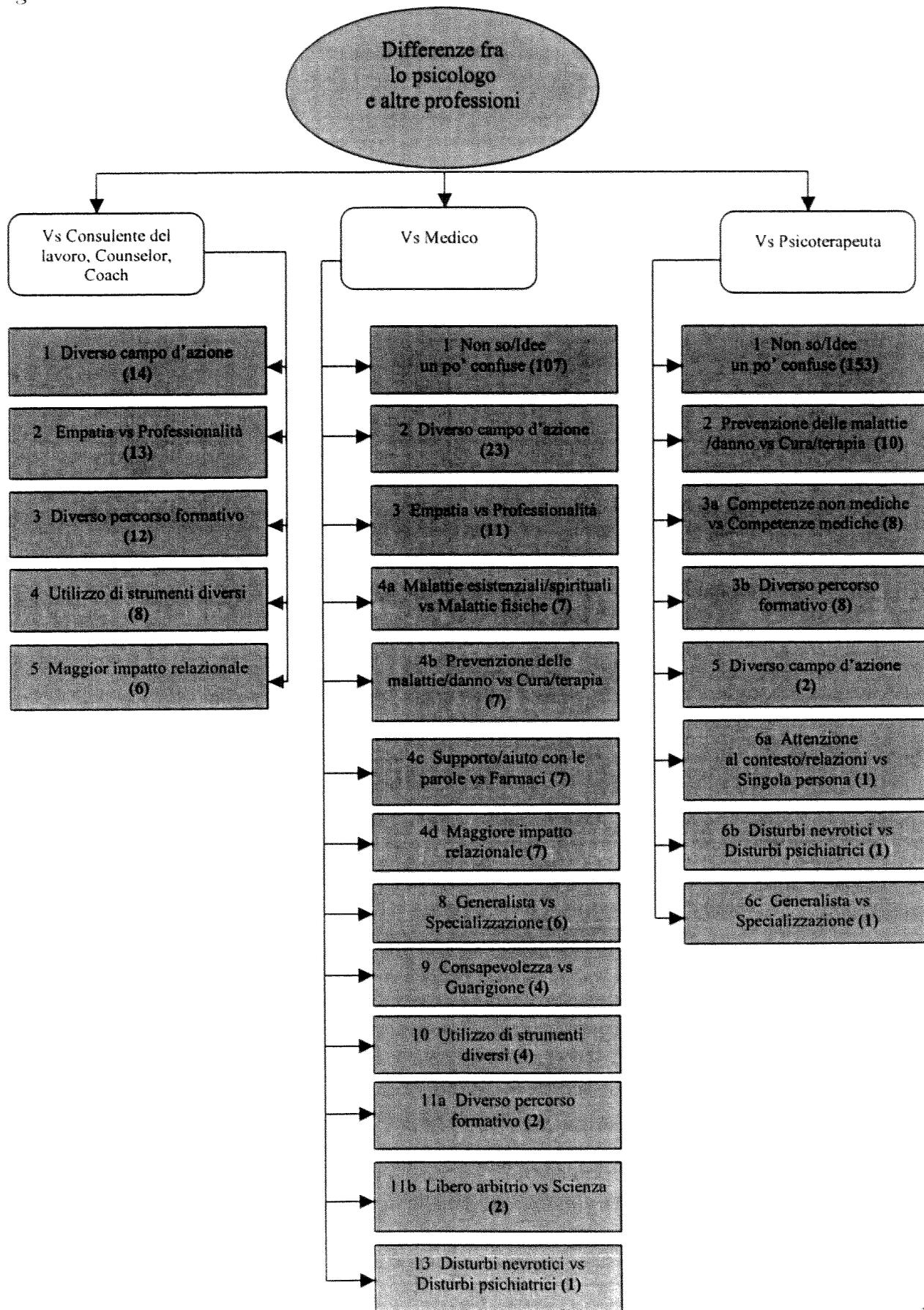


Tabella 6

DIFFERENZE FRA LO PSICOLOGO E ALTRE PROFESSIONI	
VS MEDICO	
SOTTONODI	ESEMPI
Non so/Idee un po' confuse	<i>Non mi viene in mente nulla, non saprei fare una distinzione.</i>
Diverso campo d'azione	<i>Lo psicologo si interessa dell'essere umano in quanto persona sociale mentre il medico, ad esempio, studia e si rapporta all'essere umano in quanto organismo.</i>
Empatia vs Professionalità	<i>È un professionista che deve avere una determinata sensibilità rispetto agli altri, ha una cosa che manca a noi medici: l'empatia.</i>
Malattie esistenziali/spirituali vs Malattie fisiche	<i>Il medico lavora sulle malattie fisiche delle persone e lo psicologo su quelle che non si vedono, più spirituali, esistenziali, come un prete.</i>
Prevenzione delle malattie/danno vs Cura/terapia	<i>Io ho questo modello: lo psicologo ha una visione preventiva/predittiva mentre il medico curativa.</i>
Supporto/aiuto con le parole vs Farmaci	<i>Lo psicologo è qualcuno che ti aiuta a curarti con la parola, il medico con i farmaci.</i>
Maggiore impatto relazionale	<i>Il medico lavora sulle malattie fisiche delle persone mentre lo psicologo lavora su persone e gruppi di persone da un punto di vista più emozionale e relazionale, come può essere l'ambiente d'ufficio.</i>
Generalista vs Specializzazione	<i>Lo psicologo è più un generalista, non specializzato in un settore particolare.</i>
Consapevolezza vs Guarigione	<i>Lo psicologo ti studia dentro, ti aiuta ad assumere consapevolezza e ad esprimerti, mentre il medico ti cura da una malattia.</i>
Utilizzo di strumenti diversi	<i>Il ruolo dello psicologo è molto più delicato, deve avere un fondamento umano capace di accogliere tutto quello che gli strumenti gli consentono di conoscere della persona; il medico si muove più su un piano fisiologico; se è preparato sa diagnosticare il tipo di malessere.</i>
Diverso percorso formativo	<i>Rispetto al medico gli psicologi hanno una professionalità e una preparazione completamente diverse.</i>
Libero arbitrio vs Scienza	<i>La percezione dello psicologo è quella di una sorta di metodo non scientifico, legato ad esperienza e sensazioni, per cui c'è diffidenza.</i>
Disturbi nevrotici vs Disturbi psichiatrici	<i>Il medico lavora con disturbi psichiatrici, mentre lo psicologo si occupa di disturbi nevrotici.</i>

<i>VS PSICOTERAPEUTA</i>			
DOCUMENTO	TEXT-UNIT	SOTTONODI	ESEMPI
013 S AS	45	Non so/Idee un po' confuse	<i>Obiettivamente non lo so, ma dovrebbe essere una figura un po' svincolata da tutti i problemi, dalla falsità.</i>
013 V Apr	13	Prevenzione delle malattie/danno vs Cura/terapia	<i>Lo psicologo previene la malattia mentre lo psicoterapeuta implica la cura di qualcuno che è fuori dagli standard.</i>
011 S As		Competenze non mediche vs Competenze mediche	<i>Lo psicoterapeuta è un medico mentre lo psicologo non è un medico.</i>
027 V AS		Diverso percorso formativo	<i>Deve aver conseguito una laurea in psicologia ma anche deve aver fatto tutta la propedeutica per diventare uno psicoterapeuta.</i>
031 V AS		Diverso campo d'azione	<i>Il campo d'azione è diverso: lo psicoterapeuta presuppone una diagnosi di patologia e quindi la capacità di effettuare una terapia su una psiche che non è normale.</i>
06 L Apu	06	Attenzione al contesto/relazioni vs Singola persona	<i>Lo psicologo è attento a migliorare i rapporti, aiuta i gruppi; lo psicoterapeuta invece cura la persona/individuo.</i>
038 V Apu	38	Disturbi nevrotici vs Disturbi psichiatrici	<i>Lo psicoterapeuta lavora a livello di terapie con disturbi psichiatrici, mentre lo psicologo si dovrebbe fermare a livello di disturbi nevrotici, di ansie.</i>
010 V Apu	10	Generalista vs Specializzazione	<i>Lo psicologo è più un generalista, non specializzato in un settore particolare.</i>

<i>VS CONSULENTE DEL LAVORO, COUNSELOR, COACH</i>			
DOCUMENTO	TEXT-UNIT	SOTTONODI	ESEMPI
031 V As		Diverso campo d'azione	<i>Lo psicoterapeuta presuppone una diagnosi di patologia; il consulente del lavoro risolve i problemi meramente tecnici di un gruppo di lavoro e così anche il coach.</i>
027 S Apu	11	Empatia vs Professionalità	<i>Dovrebbe avere maggiore sensibilità rispetto alle altre professioni.</i>
004 L Anp	15	Diverso percorso formativo	<i>Sicuramente il tipo di formazione e l'obiettivo che deve raggiungere; lo psicoterapeuta, il consulente del lavoro, hanno tutti obiettivi diversi, e quindi sono tutte specializzazioni diverse.</i>
053 V Anp	11	Utilizzo di strumenti diversi	<i>Si distinguono per il metodo di lavoro, gli strumenti utilizzati e la scientificità.</i>
033 S As	16	Maggior impatto relazionale	<i>Lo psicologo ha una marcia in più rispetto agli altri nel comprendere ad occhio il vissuto; insomma, il rapporto con l'utente.</i>

Si sono considerate analiticamente le differenze “Psicologo vs Medico” e “Psicologo vs Psicoterapeuta”; le altre professioni sono state inserite in un'unica categoria.

Il sottonodo in cui sono state codificate le maggiori frequenze di risposta è “Non so/Idee un po' confuse”. E ciò è un risultato su cui riflettere, dato l'elevato numero di risposte codificate. Si riscontra inoltre un minor grado di conoscenza della differenza fra psicologo e psicoterapeuta rispetto a psicologo e medico. Riguardo al terzo nodo, quello relativo alle altre professioni, le risposte codificate sono assai poche in quanto si è riscontrata una pressoché generalizzata non conoscenza dei loro contenuti in riferimento a quelli propri dello psicologo.

Ancora riguardo alla relazione fra medico e psicologo, vengono percepiti come caratterizzanti la psicologia il “Diverso campo d'azione” in 23 documenti codificati, l’“Empatia vs Professionalità” (11), il “Maggiore impatto relazionale” (7), il farsi maggiormente carico di “Malattie/esistenziali/spirituali vs Malattie fisiche” (7), la “Prevenzione delle malattie/danno vs Cura/terapia” (7) e l’“Utilizzo di strumenti diversi” (4).

Questi ultimi aspetti, data l'elevata professionalità degli intervistati, risultano però meno scelti di quanto ci si sarebbe potuto attendere.

Inoltre, con assai limitate codifiche, lo psicologo in relazione al medico viene considerato più “Generalista” che “Specializzato” (6) e caratterizzato da “Libero arbitrio vs Scienza” (2). Quasi inesistenti, e ciò ancora fa riflettere, appaiono le distinzioni fra i diversi campi operativi: “Disturbi nevrotici vs Disturbi psichiatrici” (1), pur se il sottonodo “Supporto/aiuto con le parole vs Farmaci” ha ottenuto 7 associazioni.

Per quanto riguarda lo “Psicoterapeuta”, c'è una tendenza a valutare quest'ultimo più concentrato nella cura e nella terapia e più vicino alle competenze mediche. Da rilevare anche che il sottonodo “Generalista vs Specializzazione” (piuttosto negativo, in quanto connettibile alla percezione dello psicologo come despecializzato) si riduce ad una sola associazione, per lo psicoterapeuta, rispetto alle 6 riferite allo psicologo messo in relazione al medico.

I sottonodi di seguito elencati compaiono nella sottocategoria “vs Medico” e in quella vs altre professioni (a tali categorie sono associati rispettivamente il primo e il secondo numero di documenti codificati): “Diverso percorso formativo” (2 e 12), “Maggior impatto relazionale” (7 e 6), “Empatia vs Professionalità” (11 e 13), “Diverso campo d'azione” (23 e 14), “Utilizzo di strumenti diversi” (4 e 8).

Si nota inoltre, in relazione ai diversi ambiti lavorativi (*D5b*, p. 39), come vi sia una certa omogeneità fra i dirigenti del pubblico, del privato e del non profit in relazione alla categoria “Non so/Idee un po' confuse” nella distinzione fra psicologo e medico (rispettivamente 29, 28 e 26 docu-

menti codificati), con una differenza di un certo rilievo rispetto ai dirigenti della sanità (16). Va anche sottolineato che 8 operatori su 9 del mondo dell'informazione/comunicazione manifestano analoga scarsa conoscenza. I dirigenti della sanità, inoltre, evidenziano in misura lievemente maggiore gli aspetti di "Empatia vs Professionalità" (4) e di "Supporto/aiuto con le parole vs Farmaci" (4).

Passando alla distinzione fra psicologo e psicoterapeuta, i dati relativi a "Non so/Idee un po' confuse" si aggravano con 40, 37, 38, 30 e 8 (D5c, p. 40) documenti codificati nelle cinque categorie di rispondenti. Sempre nell'ambito della sanità si riscontra un più elevato, anche se modesto, numero di documenti codificati in "Prevenzione delle malattie/danno vs Cura/terapia" (6), "Competenze non mediche vs Competenze mediche" (3) e "Diverso percorso formativo" (3).

In riferimento alla relazione tra psicologo e "altre professioni" (D5a p. 38), appaiono in qualche misura accentuate nel pubblico le dimensioni del "Diverso campo d'azione" (5) e del "Diverso percorso formativo" (5).

Professione necessaria vs Non necessaria

È una professione, quella dello psicologo, necessaria alle attuali esigenze delle organizzazioni? Ed è in grado di rispondere coerentemente ed efficacemente alle necessità organizzative? A tali interrogativi sono state date le risposte codificate nella Figura e nella Tabella 7.

Figura 7

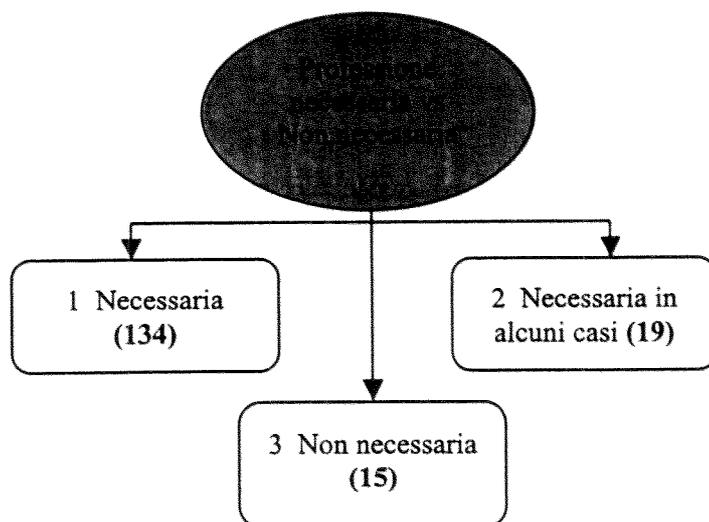


Tabella 7

PROFESSIONE NECESSARIA VS NON NECESSARIA	
SOTTONODI	ESEMPI
Necessaria	<i>In questo momento credo di sì; credo che la professione psicologica sia una professione necessaria, non come in passato, quando le strutture erano molto più piccole. A mio parere credo che sia in grado di rispondere alle esigenze organizzative.</i>
Non necessaria	<i>Sul necessario non so, però... ecco... utile ma non indispensabile.</i>
Necessaria in alcuni casi	<i>È indispensabile nei settori della sanità e del sociale. Negli altri forse è consigliabile.</i>

La categoria di analisi "Professione necessaria vs. Non necessaria" (Figura 7) esprime le opinioni dei soggetti intervistati circa l'esigenza o meno di avvalersi della figura dello psicologo all'interno delle diverse tipologie di strutture.

Nella maggior parte dei casi la risposta è stata classificata in "Necessaria" (134 documenti codificati) e in misura minore "Necessaria in alcuni casi" (19). Il sottonodo "Non necessaria" (15) risulta essere la categoria con il minor numero di associazioni. Molto indicativi appaiono gli esempi riportati in Tabella 7.

Osservando gli incroci (D6, p. 40) si rileva che non vi sono differenze importanti nei diversi ambiti lavorativi, con 6 associazioni positive nel settore della comunicazione. Nel privato si riscontrano comunque i punteggi negativi lievemente maggiori.

Punti di forza

Alla richiesta di indicare i punti di forza della professione, gli intervistati hanno espresso i giudizi, le valutazioni e le opinioni codificati nella Figura e nella Tabella 8.

Figura 8

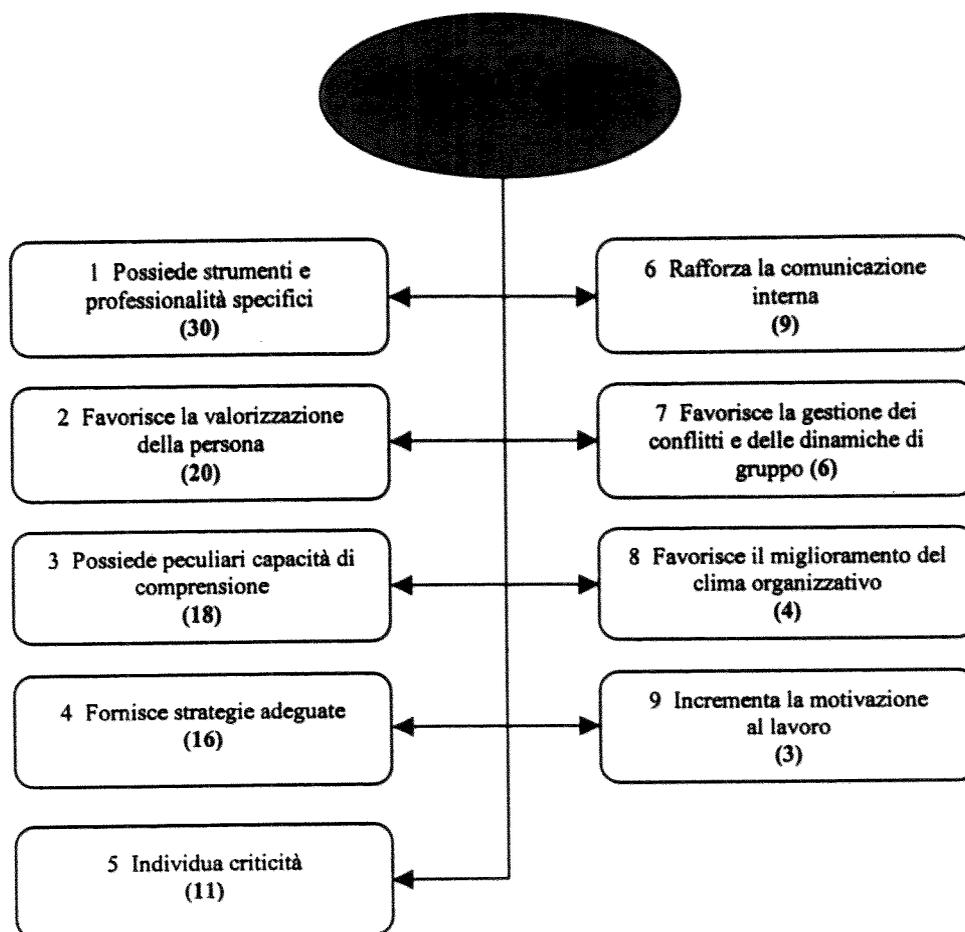


Tabella 8

PUNTI DI FORZA	
SOTTONODI	ESEMPI
Fornisce strategie adeguate	<i>I punti di forza sono le conoscenze dei diversi metodi di rilevazione e le capacità di fornire delle strategie adeguate alle molteplici problematiche.</i>
Incrementa la motivazione al lavoro	<i>Un punto di forza credo che sia sicuramente la possibilità di avere delle competenze necessarie per il raggiungimento di obiettivi e soprattutto la possibilità di motivare i lavoratori, i dipendenti.</i>
Individua criticità	<i>Uno psicologo permette, in maniera obiettiva, in quanto estraneo ai processi aziendali, di vedere con occhio obiettivo e critico, positivamente o negativamente, di individuare le criticità che tu non riesci a vedere perché sei magari impegnato o più attento ad altre cose.</i>

Possiede strumenti e professionalità specifici	<i>I punti di forza derivano dal fatto che un bravo psicologo, con una buona preparazione, può essere determinante sia per l'azienda, sia per la persona.</i>
Favorisce la valorizzazione della persona	<i>I punti di forza sono la possibilità di migliorare l'efficacia delle persone.</i>
Possiede peculiari capacità di comprensione	<i>Il punto di forza dello psicologo è la capacità di ascoltare e di decodificare realtà che spesso restano incomprensibili.</i>
Rafforza la comunicazione interna	<i>I punti di forza sono la comunicazione e riuscire tramite essa a migliorare certe situazioni di stallo che possono capitare all'interno di un sistema organizzativo.</i>
Favorisce la gestione dei conflitti e delle dinamiche di gruppo	<i>È molto importante per rendere meno conflittuale l'ambiente lavorativo.</i>
Favorisce il miglioramento del clima organizzativo	<i>Un clima aziendale positivo canalizza le persone verso obiettivi di efficacia ed efficienza. Il clima conflittuale non consente di ottenere gli stessi risultati.</i>

Sono stati identificati diversi sottonodi con le relative frequenze: "Possiede strumenti e professionalità specifici" (30 documenti codificati), "Favorisce la valorizzazione della persona" (20), "Possiede peculiari capacità di comprensione" (18), "Fornisce strategie adeguate" (16), "Individua criticità" (11), "Rafforza la comunicazione interna" (9), "Favorisce la gestione dei conflitti e delle dinamiche di gruppo" (6), "Favorisce il miglioramento del clima organizzativo" (4), "Incrementa la motivazione al lavoro" (3).

Complessivamente, i risultati confermano una valutazione dello psicologo incentrata sui temi maggiormente consolidati (in tale senso gli esempi riportati in Tabella 8). Mancano le sfere della ricerca intervento, del marketing/comunicazione, della qualità e della customer satisfaction. Si nota, comunque, una certa attenzione ai ritorni attesi e al contributo dello psicologo in termini di efficacia/efficienza del singolo e dell'organizzazione.

In relazione alle categorie di appartenenza degli intervistati, si rilevano differenze in due particolari casi (D7a, p. 41): il sottonodo "Possiede strumenti e professionalità specifici" viene espresso maggiormente dagli esponenti delle organizzazioni pubbliche (10 documenti codificati), da quelli delle organizzazioni non profit (7) e delle strutture sanitarie (7); il sottonodo "Favorisce la valorizzazione della persona" è stato indicato principalmente da dirigenti di imprese private (9) e pubbli-

che (6). Interessante è la valutazione da parte delle strutture private dei sottonodi "Fornisce strategie adeguate" (6) e "Possiede peculiari capacità di comprensione" (6).

Punti di debolezza

Anche per tale categoria si sono individuati specifici sottonodi che vengono riportati nella Figura e nella Tabella 9.

Figura 9

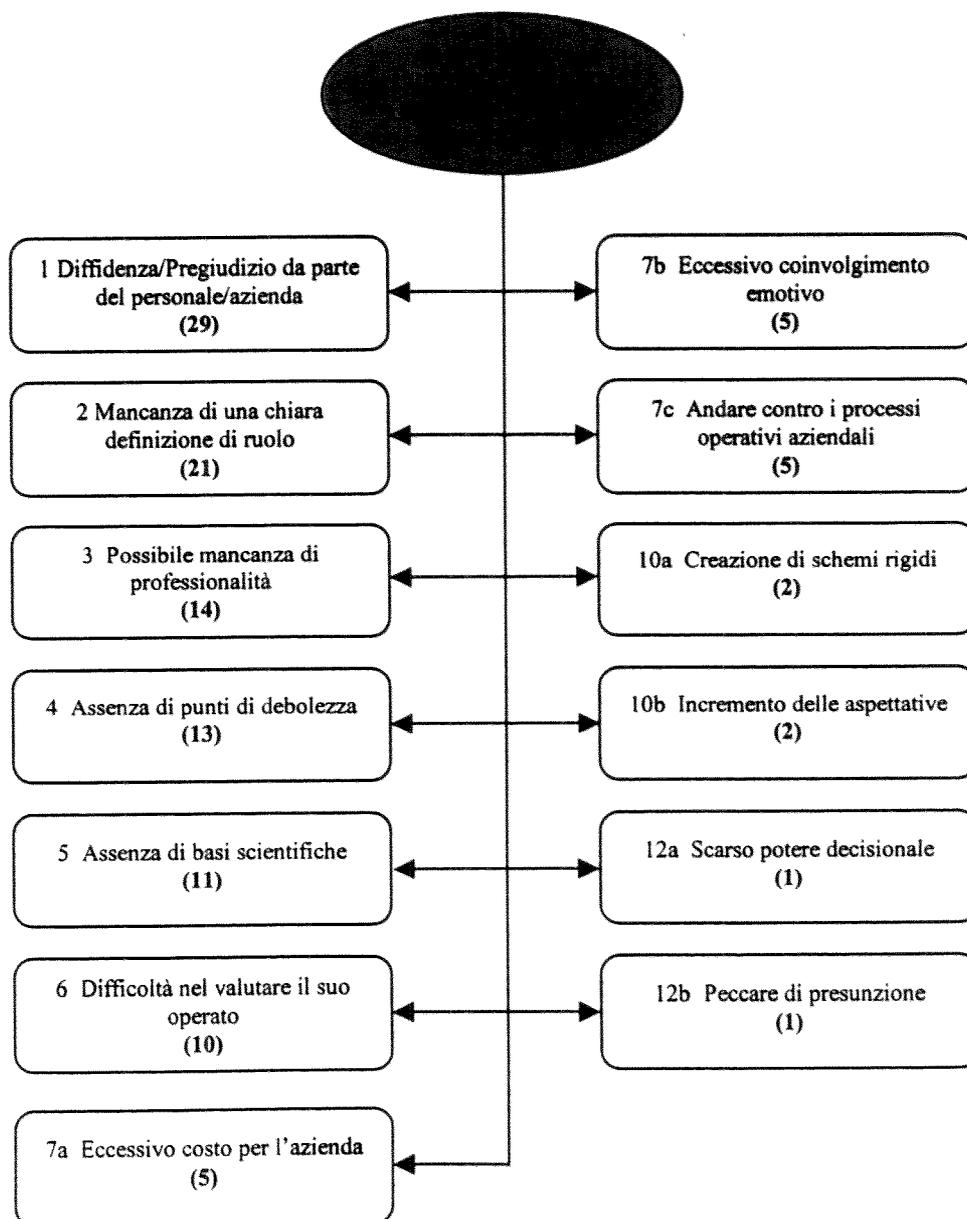


Tabella 9

PUNTI DI DEBOLEZZA	
SOTTONODI	ESEMPI
Peccare di presunzione	<i>Il punto di debolezza potrebbe essere quello di mettersi in una posizione in cui si sa già tutto, e quindi si danno per scontate alcune caratteristiche in merito a determinati ruoli e/o personaggi.</i>
Assenza di basi scientifiche	<i>La percezione dello psicologo è quella di una sorta di metodo non scientifico ma di un metodo legato a esperienza e sensazioni, per cui c'è diffidenza.</i>
Possibile mancanza di professionalità	<i>I punti di debolezza possono riguardare l'esercizio non corretto del proprio ruolo, soprattutto se non si rispettano i principi deontologici non solo professionali ma anche come persona.</i>
Andare contro i processi operativi aziendali	<i>Si svia il lavoratore dalle normali attività concentrando tutte le attenzioni solo sull'aspetto psicologico.</i>
Mancanza di una chiara definizione di ruolo	<i>Lo psicologo si trova in una condizione sempre conflittuale con il medico perché forse anche per lo psicologo non è facile distinguersi dal medico e si tende a voler omologare le due figure che invece per storia, per formazione, per studi non possono essere omologate.</i>
Difficoltà nel valutare il suo operato	<i>Il punto di maggiore debolezza è la difficoltà nella valutazione della riuscita dell'intervento suggerito e messo in atto dallo psicologo.</i>
Diffidenza/Pregiudizio da parte del personale/azienda	<i>Sicuramente un punto di debolezza è il pregiudizio che si ha nei confronti dello psicologo; forse lo si associa con altre figure o comunque con problemi legati alla psiche o alla mente.</i>
Creazione di schemi rigidi	<i>Il fatto di creare degli schemi rigidi sulle persone potrebbe essere una debolezza.</i>
Eccessivo coinvolgimento emotivo	<i>Il punto debole credo possa essere che lavorando con gli aspetti più personali c'è il maggior rischio che questo abbia una risonanza con la propria personalità; quindi questo è un po' il punto debole dello psicologo: il dover agire con altre persone, con altre storie che in qualche caso possono essere molto attinenti alla propria storia personale e quindi il doverci difendere da questo.</i>
Incremento delle aspettative	<i>A volte si possono creare delle aspettative che non sono poi in sintonia con quelle che dovrebbero essere delle strategie societarie.</i>

Scarso potere decisionale	<i>Chiaramente il punto di debolezza è che ci sono molte figure professionali che hanno più potere anche decisionale organizzativo.</i>
Eccessivo costo per l'azienda	<i>Gli aspetti negativi, se così si può dire, sono i costi di tale figura.</i>
Assenza di punti di debolezza	<i>Non vedo punti di debolezza, è una risorsa preziosa che deve essere sempre presente.</i>

Fra i vari sottonodi hanno rilievo, principalmente: "Diffidenza/Pregiudizio da parte del personale/azienda" (29 documenti codificati), "Mancanza di una chiara definizione di ruolo" (21), "Possibile mancanza di professionalità" (14), "Assenza di punti di debolezza" (13), "Assenza di basi scientifiche" (11), "Difficoltà nel valutare il suo operato" (10), "Andare contro i processi operativi aziendali" (5), "Eccessivo coinvolgimento emotivo" (5), "Eccessivo costo per l'azienda" (5).

In Tabella D7b (p. 42) appaiono alcune differenze di rilievo nel sottonodo "Mancanza di una chiara definizione di ruolo" fra i dirigenti della sanità (10 documenti codificati) e quelli delle aziende pubbliche (3), private (4) e non profit (3). Gli esponenti delle strutture sanitarie hanno espresso inoltre un certo numero di elementi di "Diffidenza/Pregiudizio da parte del personale/azienda" (7 documenti codificati), insieme ai dirigenti delle imprese private (10) e a quelli del comparto pubblico (5).

Valore aggiunto

All'interrogativo su quale potrebbe essere per l'organizzazione il valore aggiunto derivante dall'avvalersi dello psicologo, gli intervistati hanno dato i giudizi codificati nella Figura e nella Tabella 10.

Figura 10

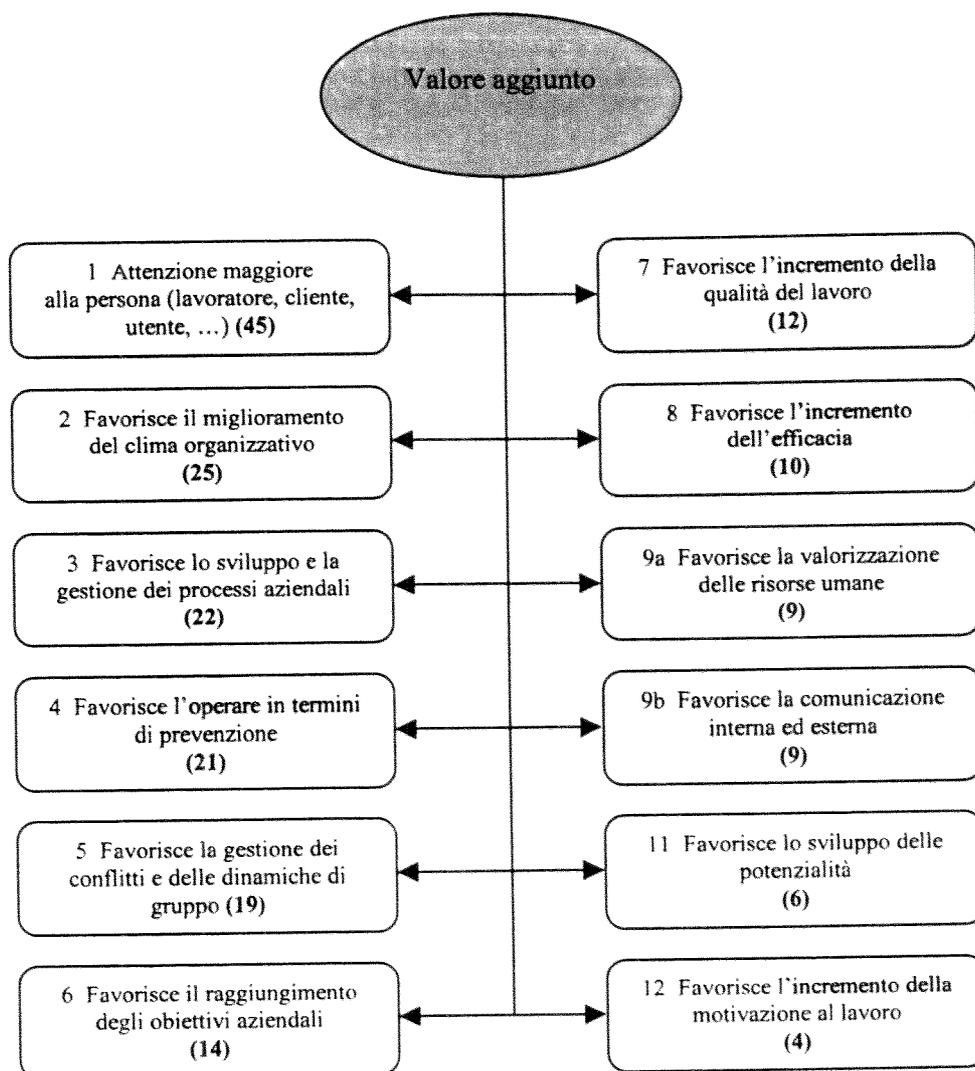


Tabella 10

VALORE AGGIUNTO	
NODO	ESEMPI
Attenzione maggiore alla persona (lavoratore, cliente, utente, ...)	<i>La maggiore attenzione nei confronti sia del cliente esterno che di quello interno aumenta la soddisfazione generale degli utenti.</i>
Favorisce l'operare in termini di prevenzione	<i>Sicuramente prevenire una serie di rischi: conoscere alcuni meccanismi ed essere aiutati può portare a prevenire e quindi ad anticipare eventuali difficoltà.</i>

Favorisce l'incremento della motivazione al lavoro	<i>Lo psicologo che valorizza le persone nell'ambito lavorativo garantisce molti punti di forza tra i quali la motivazione del dipendente con la relativa efficacia dei risultati.</i>
Favorisce l'incremento della qualità del lavoro	<i>Nell'organizzazione, per lo meno nella mia, il valore aggiunto potrebbe essere quello di averlo come presenza costante perché determinerebbe un miglioramento della qualità aziendale.</i>
Favorisce l'incremento dell'efficacia	<i>Si presume che lo psicologo abbia una capacità anche di relazionarsi con gli altri specialisti, operatori, dirigenti delle organizzazioni; capacità di relazionarsi più elevate degli altri e in questo senso di influenzare l'efficacia del lavoro dell'organizzazione.</i>
Favorisce la valorizzazione delle risorse umane	<i>Il valore aggiunto è sicuramente il miglioramento della gestione delle risorse umane.</i>
Favorisce la comunicazione interna ed esterna	<i>Il valore aggiunto per me rimane sempre lo stesso; rimane la possibilità di rendere la comunicazione sempre più flessibile e questo sia che si tratti di aziende sanitarie che non, perché in una équipe in cui la comunicazione è efficace si riducono enormemente i conflitti.</i>
Favorisce lo sviluppo delle potenzialità	<i>Potrebbe far emergere le qualità di ognuno, in modo da potersi distinguere, perché ognuno di noi ha delle potenzialità, delle qualità e riesce meglio in alcuni ambiti piuttosto che in altri: capirli sarebbe importante.</i>
Favorisce lo sviluppo e la gestione dei processi aziendali	<i>Credo proprio nel miglioramento di tutta l'organizzazione attraverso una persona: lo psicologo che possa leggere meglio le dinamiche funzionali e che possa in qualche modo evidenziare e quindi magari correggere determinati malfunzionamenti.</i>
Favorisce la gestione dei conflitti e delle dinamiche di gruppo	<i>Penso che lo psicologo possa lenire i conflitti fra le persone e questo rende sicuramente il lavoro più piacevole.</i>
Favorisce il miglioramento del clima organizzativo	<i>Il benessere organizzativo oggi in parecchie organizzazioni, in parecchie industrie e amministrazioni, non c'è.</i>
Favorisce il raggiungimento degli obiettivi aziendali	<i>Sicuramente può determinare una maggiore efficienza nel raggiungimento degli obiettivi.</i>

I sottonodi e le relative frequenze di codifica sono: “Attenzione maggiore alla persona (lavoratore, cliente, utente, ...)” (45 documenti codificati), “Favorisce il miglioramento del clima organizzativo” (25), “Favorisce lo sviluppo e la gestione dei processi aziendali” (22), “Favorisce l’operare in termini di prevenzione” (21), “Favorisce la gestione dei conflitti e delle dinamiche di gruppo” (19), “Favorisce il raggiungimento degli obiettivi aziendali” (14), “Favorisce l’incremento della qualità del lavoro” (12), “Favorisce l’incremento dell’efficacia” (10), “Favorisce la valorizzazione delle risorse umane” (9), “Favorisce la comunicazione interna ed esterna” (9), “Favorisce lo sviluppo delle potenzialità” (6), “Favorisce l’incremento della motivazione al lavoro” (4).

Anche nei casi sopradescritti si evidenzia una configurazione piuttosto tradizionale dell’intervento dello psicologo. Non appaiono sufficientemente approfonditi i temi della sua effettiva incidenza nel cambiamento e nello sviluppo dei singoli e delle organizzazioni. In tale senso vanno anche gli esempi riportati in Tabella 10. Si avverte soprattutto la modesta percezione di una professionalità “fine”, centrata sulle diversità che fanno la differenza fra il successo e l’insuccesso, sulle possibilità di previsione e di influenza sulle scelte e sui comportamenti degli interlocutori, sui loro valori, stili di vita, consumi, giudizi, speranze, intenzioni.

In riferimento ai settori di appartenenza, i dirigenti del non profit (D8, p. 43), concorrono maggiormente nei sottonodi “Attenzione maggiore alla persona” (13 documenti codificati), “Favorisce l’operare in termini di prevenzione” (10), mentre non valutano aspetti quali “Favorisce l’incremento della motivazione al lavoro”, “Favorisce l’incremento dell’efficacia”, “Favorisce la gestione dei conflitti e delle dinamiche di gruppo” e “Favorisce il raggiungimento degli obiettivi aziendali”. Il sottonodo “Attenzione maggiore alla persona” è ritenuto il principale valore aggiunto anche da parte degli operatori nelle organizzazioni pubbliche (11), private (11) e sanitarie (9). Inoltre, sia i dirigenti del settore pubblico (8) che quelli del privato (9) influiscono maggiormente sul sottonodo “Favorisce il miglioramento del clima organizzativo”.

Rischi

Esistono dei rischi per le organizzazioni di appartenenza nell’avvalersi dello psicologo? A tale interrogativo gli intervistati hanno dato le risposte codificate nella Figura e nella Tabella 11.

Figura 11

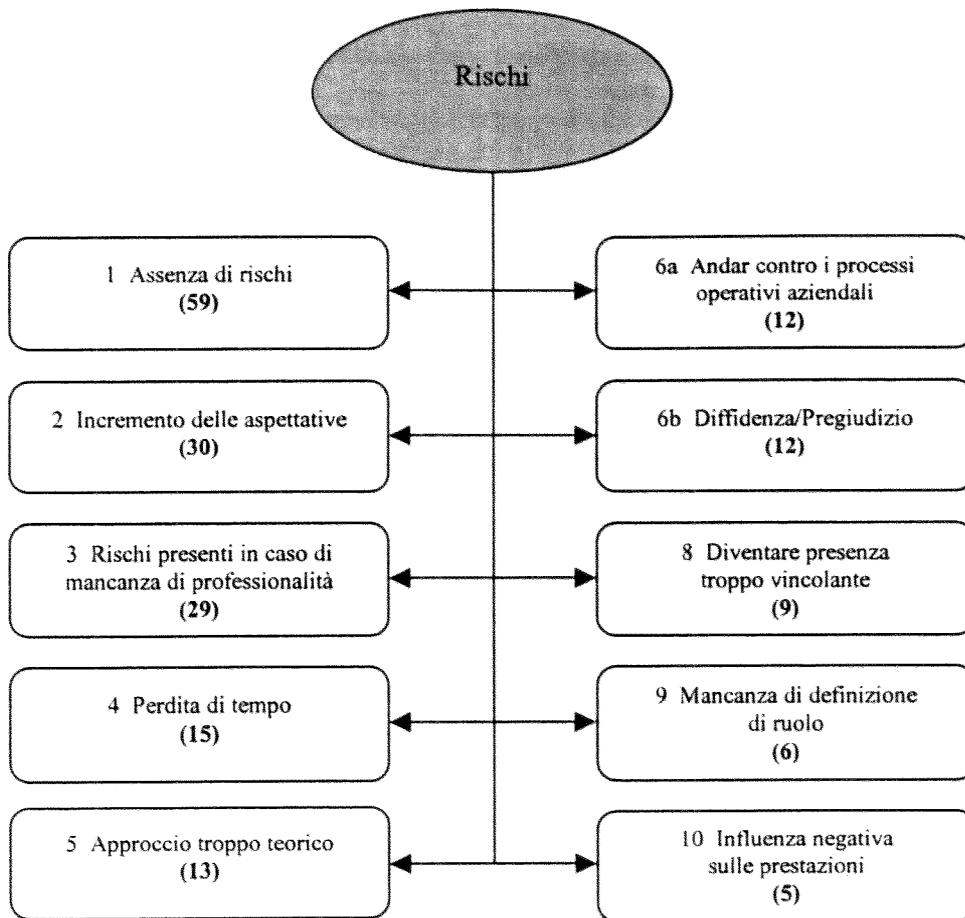


Tabella 11

RISCHI	
SOTTONODI	ESEMPI
Perdita di tempo	<i>Un problema è il dispendio di tempo, che ogni singolo lavoratore deve dedicare per la somministrazione di test, questionari, o altro, e per la loro restituzione, andando a modificare quella che è la sua normale prestazione.</i>
Influenza negativa sulle prestazioni	<i>Potrebbe far perdere di vista un ipotetico obiettivo e forse anche andar troppo al di dentro di questioni personali. Non so fino a che punto può essere utile.</i>
Approccio troppo teorico	<i>I rischi sono le astrazioni e uno scarso legame con il contesto e con l'aspetto pregnante e sostanziale, per cui lo psicologo è troppo generalista e fa fatica a connettersi con il tessuto e la realtà aziendale.</i>

Incremento delle aspettative	<i>Il rischio è l'eccesso come in tutte le cose: quello di creare aspettative eccessive nel personale che poi magari non possono essere soddisfatte.</i>
Andar contro i processi operativi aziendali	<i>Lo psicologo non deve essere una scheggia impazzita. Sto parlando di professionisti seri che operino secondo uno schema ed un programma condiviso con la direzione. Evidentemente non serve una scheggia impazzita che, secondo la tendenza ideologica del momento, mi può creare instabilità nell'azienda. Deve essere uno strumento della direzione, e non una miccia accesa. Gli psicologi devono condividere un obiettivo, un piano formativo misurabile con dei feedback.</i>
Diventare presenza troppo vincolante	<i>Il rischio potrebbe essere quello di dipendere troppo, di appoggiarsi troppo a questa figura.</i>
Diffidenza/Pregiudizio	<i>Il rischio principale è quello del pregiudizio nei confronti dello psicologo; c'è ancora una confusione molto forte nei riguardi di questa figura dettata da un'ignoranza culturale, tanto è vero che viene confuso ancora con lo psichiatra.</i>
Mancanza di definizione di ruolo	<i>Il fatto che l'inserimento di uno psicologo sia un mero adempimento di un obbligo legislativo-normativo e quindi che non ci sia un riconoscimento pieno e spontaneo della professionalità all'interno dell'azienda.</i>
Rischi presenti in caso di mancanza di professionalità	<i>Il rischio è quello, come in tutte le professioni, di incorrere in persone poco preparate, poco motivate.</i>
Assenza di rischi	<i>Rischi assolutamente no, non ne vedo.</i>

Si sono individuati i seguenti sottogruppi: “Assenza di rischi” (59 documenti codificati), “Incremento delle aspettative” (30), “Rischi presenti in caso di mancanza di professionalità” (29), “Perdita di tempo” (15), “Approccio troppo teorico” (13), “Andar contro i processi operativi aziendali” (12), “Diffidenza/Pregiudizio” (12), “Diventare presenza troppo vincolante” (9), “Mancanza di definizione di ruolo” (6), “Influenza negativa sulle prestazioni” (5). Anche in questi casi sembra dominare – nelle risposte in cui vengono considerati potenziali rischi – vari luoghi comuni, spesso anche debordanti in stereotipi, secondo cui lo psicologo può risultare nei diversi casi “intrusivo”, “scomodo”, “ingombrante” o “maldestro”, unitamente ad un suo essere “generico”. Ciò appare con chiarezza dagli esempi riportati nella Tabella 11, pur se in taluni casi viene correttamente posto il non semplice problema culturale e applicativo della specifica professionalità dello psicologo.

Il rischio "Perdita di tempo" è scelto in misura simile (D9, p. 44) dai dirigenti operanti nel settore pubblico (4 documenti codificati), privato (4), non profit (4) e della sanità (3); un analogo andamento si riscontra anche, rispettivamente, per "Incremento delle Aspettative" (8, 9, 7 e 5).

In relazione al sottonodo "Assenza di rischi" i dirigenti della sanità registrano un più elevato numero di documenti codificati (19). I dirigenti del settore della comunicazione indicano in 4 casi "Mancanza di definizione di ruolo".

5. CODE-BOOK I: INCROCI TRA SOTTONODI E APPARTENENZE DEGLI INTERVISTATI

D1a – Tipologia di lavoro

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Aiuto/Supporto	25	20	25	18	3	91	55,2
Conoscenza/ Comprensione	13	15	12	9	4	53	32,1
Gestione del conflitto	1	2	1	2	0	6	3,6
Mediazione	3	4	2	6	0	15	9,1
Totale	42	41	40	35	7	165	100%

D1b – Immagini

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Trascendente vs Familiare/amicale	6	5	5	3	0	19	33,3
Clinico	9	8	7	9	3	36	63,2
Novità/Sorpresa	0	1	1	0	0	2	3,5
Totale	15	14	13	12	3	57	100%

D2 – Percezione da parte degli altri

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Positiva	15	12	13	18	2	60	36,4
Negativa	7	6	7	1	1	22	13,3
Positiva/Negativa	5	7	5	7	1	25	15,2
Non so	5	4	7	7	0	23	13,9
Confusa/Incerta	11	9	5	6	4	35	21,2
Totale	43	38	37	39	8	165	100%

D3 – Professionalità vs Sensibilità

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Professionalità	15	22	15	19	1	72	40
Sensibilità	6	1	6	4	1	18	10
Entrambe	23	18	21	21	7	90	50
Totale	44	41	42	44	9	180	100%

D4a – Obiettivi, risultati, applicazioni

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Miglioramento dei rapporti tra colleghi/clienti/utenti	16	14	6	13	4	53	16,1
Incremento della soddisfazione lavorativa	7	13	11	11	2	44	13,3
Supporto psicologico al personale	2	5	1	3	0	11	3,3
Sviluppo del potenziale	1	8	1	2	1	13	3,9
Valutazione/Selezione del personale	2	6	3	4	0	15	4,5
Ridefinizione dei ruoli organizzativi	0	3	1	0	0	4	1,2
Accrescimento della motivazione al lavoro	2	3	3	1	1	10	3,0
Valorizzazione dell'individuo	7	5	2	4	3	21	6,4
Gestione delle risorse umane	12	8	12	6	0	38	11,5
Gestione delle dinamiche e dei conflitti nei gruppi	15	8	9	14	1	47	14,2
Marketing/Comunicazione esterna	1	3	0	0	0	4	1,2
Sviluppo/Gestione/Raggiungimento degli obiettivi aziendali	11	15	7	12	2	47	14,2
Interventi di prevenzione sul singolo/gruppo	1	1	1	3	0	6	1,8
Miglioramento del clima/benessere organizzativo	8	2	3	3	1	17	5,2
Totale	85	94	60	76	15	330	100%

D4b – Strumenti

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Interviste/Colloqui	10	10	8	9	2	39	33,6
Test	4	2	6	5	0	17	14,7
Questionari	0	2	1	0	0	3	2,6
Supervisioni e monitoraggi individuali e dei gruppi	2	3	5	0	0	10	8,6
Formazione	1	5	5	3	0	14	12,1
Osservazione/Ascolto	1	2	2	3	0	8	6,9
Dialogo	8	4	3	4	0	19	16,4
Analisi della domanda	0	0	1	0	0	1	0,9
Assesment Center	1	3	1	0	0	5	4,3
Totale	27	31	32	24	2	116	100%

D5a – Differenze con altre professioni: vs Consulente del lavoro, Counselor, Coach

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Diverso campo d'azione	5	2	4	3		14	26,5
Utilizzo di strumenti diversi	2	2	1	2	1	8	15,1
Maggiore impatto relazionale	2	2	2			6	11,3
Diverso percorso formativo	5	3	1	3		12	22,6
Empatia vs Professionalità	4	3	1	4	1	13	24,5
Totale	18	12	9	12	2	53	100%

D5b – Differenze con altre professioni: vs Medico

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Non so/Idee un po' confuse	29	28	26	16	8	107	56,9
Diverso campo d'azione	7	3	4	9		23	12,2
Malattie esistenziali/spirituali vs Malattie fisiche	3	2	1		1	7	3,7
Empatia vs Professionalità	2	3	2	4		11	5,9
Prevenzione delle malattie/danno vs Cura/terapia	1	3	2	1		7	3,7
Supporto/aiuto con le parole vs Farmaci	1	1	1	4		7	3,7
Maggiore impatto relazionale	2		3	2		7	3,7
Generalista vs Specializzazione	2	3		1		6	3,2
Consapevolezza vs Guarigione		1	1	2		4	2,1
Utilizzo di strumenti diversi			3	1		4	2,1
Diverso percorso formativo	1			1		2	1,1
Libero arbitrio vs Scienza		2				2	1,1
Disturbi nevrotici vs Disturbi psichiatrici				1		1	0,5
Totale	48	48	43	42	9	188	100%

D5c – Differenze con altre professioni: vs Psicoterapeuta

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Non so/Idee un po' confuse	40	37	38	30	8	153	83,2
Prevenzione delle malattie/danno vs Cura/terapia	2	2		6		10	5,4
Competenze non mediche vs Competenze mediche	2	2	1	3		8	4,3
Diverso percorso formativo	2	1	2	3		8	4,3
Diverso campo d'azione			1		1	2	1,1
Attenzione al contesto/relazioni vs Singola persona	1					1	0,5
Disturbi nevrotici vs Disturbi psichiatrici		1				1	0,5
Generalista vs Specializzazione	1					1	0,5
Totale	48	43	42	42	9	184	100%

D6 – Professione necessaria vs Non necessaria

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Necessaria	33	30	29	36	6	134	79,8
Non necessaria	2	7	4	1	1	15	8,9
Necessaria in alcuni casi	7	5	3	3	1	19	11,3
Totale	42	42	36	40	8	168	100%

D7a - Punti di forza

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Fornisce strategie adeguate	4	6	3	3	0	16	13,7
Incrementa la motivazione al lavoro	1	1	0	1	0	3	2,6
Individua criticità	1	2	3	5	0	11	9,4
Possiede strumenti e professionalità specifici	10	3	7	7	3	30	25,6
Favorisce la valorizzazione della persona	6	9	4	1	0	20	17,1
Possiede peculiari capacità di comprensione	2	6	3	4	3	18	15,4
Rafforza la comunicazione interna	0	2	2	4	1	9	7,7
Favorisce la gestione dei conflitti e delle dinamiche di gruppo	2	0	3	1	0	6	5,1
Favorisce il miglioramento del clima organizzativo	2	1	1	0	0	4	3,4
Totale	30	31	27	26	7	121	100%

D7b – Punti di debolezza

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Peccare di presunzione	0	1	0	0	0	1	0,8
Assenza di basi scientifiche	1	2	4	3	1	11	9,2
Possibile mancanza di professionalità	2	3	2	5	2	14	11,8
Andare contro i processi operativi aziendali	1	2	2	0	0	5	4,2
Mancanza di una chiara definizione di ruolo	3	4	3	10	1	21	17,6
Difficoltà nel valutare il suo operato	2	2	4	1	1	10	8,4
Diffidenza/Pregiudizio da parte del personale/azienda	5	10	5	7	2	29	24,4
Creazione di schemi rigidi	1	1	0	0	0	2	1,7
Eccessivo coinvolgimento emotivo	2	2	0	1	0	5	4,2
Incremento delle aspettative	0	0	2	0	0	2	1,7
Scarso potere decisionale	0	0	1	0	0	1	0,8
Eccessivo costo per l'azienda	1	3	1	0	0	5	4,2
Assenza di punti di debolezza	3	4	4	2	0	13	10,9
Totale	21	34	28	29	7	119	100%

D8 – Valore aggiunto

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Attenzione maggiore alla persona (lavoratore, cliente, utente, ...)	11	11	13	9	1	45	23,0
Favorisce l'operare in termini di prevenzione	3	3	10	5	0	21	10,7
Favorisce l'incremento della motivazione al lavoro	3	1	0	0	0	4	2,0
Favorisce l'incremento della qualità del lavoro	3	2	4	3	0	12	6,1
Favorisce l'incremento dell'efficacia	3	4	0	3	0	10	5,1
Favorisce la valorizzazione delle risorse umane	2	1	3	2	1	9	4,6
Favorisce la comunicazione interna ed esterna	3	1	1	3	1	9	4,6
Favorisce lo sviluppo delle potenzialità	2	2	2	0	0	6	3,1
Favorisce lo sviluppo e la gestione dei processi aziendali	3	7	5	7	0	22	11,2
Favorisce la gestione dei conflitti e delle dinamiche di gruppo	7	5	0	7	0	19	9,7
Favorisce il miglioramento del clima organizzativo	8	9	5	2	1	25	12,8
Favorisce il raggiungimento degli obiettivi aziendali	6	3	0	4	1	14	7,1
Totale	54	49	43	45	5	196	100%

D9 – Rischi

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Perdita di tempo	4	4	4	3	0	15	7,9
Influenza negativa sulle prestazioni	0	5	0	0	0	5	2,6
Approccio troppo teorico	2	2	5	4	0	13	6,8
Incremento delle aspettative	8	9	7	5	1	30	15,8
Andar contro i processi operativi aziendali	3	5	2	2	0	12	6,3
Diventare presenza troppo vincolante	1	4	3	1	0	9	4,7
Diffidenza/Pregiudizio	3	3	3	2	1	12	6,3
Mancanza di definizione di ruolo	0	0	0	2	4	6	3,2
Rischi presenti in caso di mancanza di professionalità	9	6	5	7	2	29	15,3
Assenza di rischi	14	12	11	19	3	59	31,1
Totale	44	50	40	45	11	190	100%

6. RISULTATI RELATIVI ALL'AREA DELLE PRESTAZIONI PSICOLOGICHE, DELLE MODALITÀ CONTRATTUALI, DELL'EFFICACIA E DELLA SODDISFAZIONE DEGLI UTENTI, DEGLI OBIETTIVI E DELLE FUTURE PRESTAZIONI

I dirigenti intervistati hanno dichiarato di essersi avvalsi, nei loro contesti professionali, della collaborazione di psicologi con frequenza sia "abituale" che "occasionale" nel 53,3% dei casi (D10, p. 49)⁴ e di non essersene mai avvalsi nel rimanente 46,7% (valori, questi, su cui si tornerà più avanti).

Le prestazioni sono state svolte, nell'ordine, all'interno della psicologia del lavoro e delle organizzazioni (41,8%), della psicologia clinica e di comunità (39,1%), della psicologia dello sviluppo e dell'educazione (18,2%). Pressoché assente il settore della psicologia generale e sperimentale (0,9%) (D12a, p. 49). Considerando inoltre una possibile partizione in aree professionali più recenti (D12b, p. 50), ha maggiore rilievo la psicologia della salute e del benessere; seguono con minori frequenze di risposta la psicologia di comunità e integrazione interculturale, la psicologia della formazione on-line/a distanza, la psicologia giuridica e forense, quella penitenziaria e delle emergenze. Rispetto alle più tradizionali immagini secondo cui lo psicologo sembrerebbe essere un professionista che opera soprattutto "sull'individuale", emerge una dimensione professionale maggiormente incentrata sugli *ambiti sociali e organizzativi*, ovvero nei contesti in cui la dimensione individuale si realizza, interagisce, si configura, si modifica costantemente nel tempo e nelle diverse situazioni.

Queste considerazioni risultano peraltro in linea con le prestazioni indicate con più elevata frequenza (D16, p. 52). Esse sono infatti costituite da: interventi su casi individuali (22,4%) e di gruppo (19,7%), formazione (13,1%), consulenza (8,9%), interventi su problematiche organizzative (8,5%), selezione/valutazione delle risorse umane (8,1%), psicoterapia (6,9%), orientamento (4,6%), ricerca (3,2%), ricerche di mercato/marketing (2,7%), analisi dei fabbisogni organizzativi (1,9%).

Le forme contrattuali (D13, p. 51) più utilizzate per regolare le prestazioni intercorse tra psicologi e organizzazioni sono la collaborazione coordinata e continuativa (22,6%) e la prestazione occasionale (18,3%), seguite dalla prestazione a tempo indeterminato (15,6%) e da quella a tempo determinato (10,2%). Questi dati, al di là dell'attuale propensione imprenditoriale-politico-sindacale ad applicare nuove forme contrattuali contraddistinte da flessibilità e temporaneità, possono indicare una sorta di "non centralità" ed "estemporaneità" nelle funzioni dello psicologo. Non a

⁴ Per questo dato, come per tutti gli altri citati nel presente paragrafo, si rinvia alla tabella specificamente richiamata nel corso della trattazione, nonché alle altre presenti nel Code-Book II (pp. 48-65), così da poter disporre di descrizioni maggiormente dettagliate e analitiche per le diverse categorie prese in esame.

caso le prestazioni a tempo indeterminato, peraltro essenzialmente riconducibili al mondo della sanità e del non profit, costituiscono circa un terzo delle altre. Eppure, nel mondo del lavoro pubblico e privato è tendenza generale e diffusa il mantenere in essere le posizioni essenziali, dato che la formazione ed il tirocinio di nuovi addetti costituiscono un onere che le organizzazioni mirano ad evitare.

Il volontariato/tirocinio (espressi nella categoria "altro") si colloca al 9,1%, e ciò costituisce un elemento di valore sociale e individuale.

Il 44,8% di coloro che si sono avvalsi degli psicologi dichiara di aver utilizzato modalità di valutazione dell'efficacia delle prestazioni – soprattutto nelle organizzazioni private – mentre il 54,2% non ne ha fatto uso (*D19*, p. 54). Anche fra gli psicologi solo il 36,5% (*D24*, p. 56) avrebbe valutato tale efficacia.

A questi dati vanno associate le opinioni dei dirigenti sulla misura in cui le prestazioni psicologiche hanno raggiunto i loro obiettivi. La corrispondenza è molto elevata (*D18*, p. 54), con oltre il 90% del campione che le valuta pienamente o sufficientemente positive. Inoltre, alla domanda se le prestazioni psicologiche abbiano contribuito a migliorare gli assetti organizzativi della struttura, le risposte "molto" e "abbastanza" costituiscono il 75% del totale (*D27*, p. 57).

Dunque, le prestazioni rese dagli psicologi vengono valutate positivamente nel complesso – e ciò è bene, anzi molto bene – ma non facendo ricorso in modo diffuso, da entrambe le parti (dirigenti e professionisti), a criteri obiettivi di feedback. Questa carenza non contribuisce certo al miglioramento di quella "centralità" della professione che non può che basarsi sulla percezione consolidata, comune e condivisa, dei vantaggi della posizione, ovvero dei ritorni attesi e di quelli effettivamente conseguiti avvalendosi dello psicologo. Non a caso (*D32*, p. 61) gli intervistati individuano per il futuro forme contrattuali di collaborazione maggiormente stabili con gli psicologi solo in modesta misura, complessivamente, rispetto a quelle utilizzate per il passato.

Va comunque sottolineato che ben il 94,8% dei dirigenti esprime l'intenzione, sulla base della propria esperienza, di avvalersi ancora della collaborazione professionale di psicologi (*D28*, p. 57). In particolare, tale collaborazione potrà avvenire maggiormente nelle aree della psicologia del lavoro e delle organizzazioni (42,8%), della psicologia clinica e di comunità (33,6%), della psicologia dello sviluppo e dell'educazione (19,8%) (*D29a*, p. 57). Le tipologie di prestazione più richieste vanno nella direzione precedentemente indicata, con una accentuazione anche in questo caso degli interventi aventi portata sociale e organizzativa (*D30*, p. 59). In tale prospettiva (*D34*, p. 62) si collocano pure le competenze che gli intervistati indicano come maggiormente richieste

dal mercato del lavoro nel prossimo futuro (complessivamente il lavoro di gruppo/team building e la mediazione e integrazione assorbono il 41,6% delle risposte).

Passando a considerare il 46,7% del campione (84 dirigenti) che nel suo contesto professionale non si è avvalso della collaborazione degli psicologi (*D36*, p. 63), il 38,1% dichiara l'assenza di esigenze/necessità di servirsi di tale collaborazione, il 6,8% esprime difficoltà a capire ciò che fa uno psicologo, il 5,9% comunica la non conoscenza dei benefici che ne deriverebbero. Nella categoria "altro" (16,2%) sono contenute risposte in buona misura riconducibili a rigidità e/o mancanza di prassi in tal senso nelle organizzazioni. Solo il 10,2% motiva la situazione con i costi elevati della prestazione. Appaiono anche in questi casi valide le considerazioni precedentemente espresse in tema di "non centralità" della professione e di necessità di apprezzamento dell'intervento psicologico in termini di risultati/benefici attesi.

7. CODE-BOOK II: PRESTAZIONI PSICOLOGICHE, MODALITÀ CONTRATTUALI, EFFICACIA E SODDISFAZIONE DEGLI UTENTI, OBIETTIVI E FUTURE COLLABORAZIONI

DESCRIZIONE DEL CAMPIONE

Campione ($N=180$) suddiviso per: territorio; settori pubblico, privato, non profit, sanità, comunicazione.

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Veneto	15	14	14	14	3	60	33,3
Lazio	15	14	14	14	3	60	33,3
Sicilia	15	14	14	14	3	60	33,3
Totale	45	42	42	42	9	180	100%

Genere ($N=180$).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Maschile	24	32	16	26	8	106	58,9
Femminile	19	10	23	16	1	69	38,3
Risposte mancanti	2		3			5	2,8
Totale	45	42	42	42	9	180	100%

Età ($N=180$).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Al di sotto dei 50 anni	13	28	28	15	4	88	48,9
Oltre i 50 anni	30	14	11	26	5	86	47,8
Risposte mancanti	2		3	1		6	3,3
Totale	45	42	42	42	9	180	100%

AREA PRESTAZIONI PSICOLOGICHE: TIPOLOGIA, FREQUENZA, MODALITÀ CONTRATTUALE, ...

D10 – Nel Suo attuale contesto professionale si è avvalso della collaborazione di psicologi? (N=180)

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Si	16	23	29	27	1	96	53,3
No	29	19	13	15	8	84	46,7
Totale	45	42	42	42	9	180	100%

D11 – Con quale frequenza si è avvalso, nel Suo attuale contesto professionale, della collaborazione di psicologi? (N=96)

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Abitualmente	6	7	20	17	0	50	52,1
Occasionalmente	5	12	8	10	0	35	36,5
Molto raramente	4	4	1		1	10	10,4
Risposte mancanti	1					1	1,0
Totale	16	23	29	27	1	96	100%

D12 – In quale area della psicologia sono state svolte tali prestazioni professionali? (N=96)

D12a – Aree tradizionali

(N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comuni- cazione</i>	Totale	Totale %
Psicologia clinica e di comunità	2		20	21		43	39,1
Psicologia generale e sperimentale				1		1	0,9
Psicologia dello sviluppo e dell'educazione	8		6	6		20	18,2
Psicologia del lavoro e delle organizzazioni	7	23	8	7	1	46	41,8
Totale	17	23	34	35	1	110	100%

D12b – Aree più recenti

(N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Psicologia giuridica e forense	2		1	2		5	7,8
Psicologia penitenziaria e criminologia	1		1	2		4	6,3
Psicologia militare							
Psicologia viaria e del traffico		1		1		2	3,1
Psicologia delle emergenze	1	1		2		4	6,3
Psicologia dello sport			1			1	1,6
Psicologia del turismo							
Psicologia della salute e del benessere	5		5	14		24	37,5
Psicologia economica e politica		3				3	4,7
Psicologia della formazione online/a distanza	1	5	2			8	12,5
Psicologia di comunità e integrazione interculturale		1	4	4		9	14,1
Psicologia della religione							
Web usability e prestazioni psicologiche a distanza	1					1	1,6
Altro (specificare)	1	1		1		3	4,5
Totale	12	12	14	26	0	64	100%

D13 – Quale forma contrattuale ha utilizzato per regolare le prestazioni psicologiche di cui si è avvalso?

(N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Formazione e lavoro	1	7	2	2		12	6,5
Tempo indeterminato	2	3	10	14		29	15,6
Tempo determinato	2	4	6	7		19	10,2
Tempo parziale	1	1	3	4		9	4,8
Prestazione occasionale	6	5	13	10		34	18,3
Collaborazione coordinata e continuativa/a progetto	5	6	19	12		42	22,6
Contratto d'agenzia		3		1		4	2,2
Convenzionamento	2		4	5		11	5,9
Socio-lavoratore		3	5	1		9	4,8
Altro (specificare)	2	5	5	5		17	9,1
Totale	21	37	67	61	0	186	100%

D14 – E quale, tra queste, ha utilizzato in misura prevalente?

(N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Formazione e lavoro	2	8	1	2		13	9,9
Tempo indeterminato	1	3	9	13		26	19,8
Tempo determinato	2	2	3	7		14	10,7
Tempo parziale			1	1		2	1,5
Prestazione occasionale	3	4	7	5		19	14,5
Collaborazione coordinata e continuativa/a progetto	3	3	17	9		32	24,4
Contratto d'agenzia		2		1		3	2,3
Convenzionamento	2		3	2		7	5,3
Socio-lavoratore		2	4	1		7	5,3
Altro (specificare)	1	3	3	1		8	6,3
Totale	14	27	48	42	0	131	100%

D15 – In quale assetto sono state svolte le prestazioni psicologiche di cui si è avvalso?
(*N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie*).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Individuale	8	16	21	18	1	64	47,8
In team di psicologi	5	4	12	6		27	20,1
In team multiprofessionale	7	8	14	14	0	43	32,1
Totale	20	28	47	38	1	134	100%

D16 – Di quali tipologie di prestazione psicologica si è avvalso principalmente?
(*N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie*).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Intervento su casi individuali	8	5	21	24		58	22,4
Intervento su problematiche di gruppo	8	10	22	11		51	19,7
Intervento su problematiche organizzative	2	11	6	3		22	8,5
Consulenza	1	7	7	8		23	8,9
Psicoterapia	1		4	13		18	6,9
Analisi dei bisogni organizzativi		3	1	1		5	1,9
Formazione	6	13	8	7		34	13,1
Orientamento	3	3	4	2		12	4,6
Selezione/ valutazione delle risorse umane		14	5	2		21	8,1
Ricerche di mercato/ marketing/ comunicazione & pubblicità		5		1	1	7	2,7
Ricerca	1		2	5		8	3,2
Totale	30	71	80	77	1	259	100%

D17 – Qual era la finalità delle prestazioni psicologiche di cui si è avvalso?

(N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Diagnosi	4	4	12	16		36	12,9
Cura	3		11	19		33	11,8
Riabilitazione	1		12	13		26	9,3
Educazione/ formazione di base	4	2	5	5		16	5,7
Educazione/ formazione professionale	3	9	8	3		23	8,2
Educazione/ formazione continua	2	5	4	2		13	4,6
Mediazione culturale			2	3		5	1,8
Costruzione di profili professionali		6	2	1		9	3,2
Bilancio delle competenze		3	3			6	2,1
Orientamento/ Pianificazione carriere	2	5	5	2		14	5,0
Riduzione della dispersione scolastica	4		2	1		7	2,5
Sviluppo organizzativo	5	13	2	3		23	8,2
Gestione delle risorse umane	2	19	4	4		29	10,4
Progettazione	2	3	3	2		10	3,6
Coordinamento	1	4	5	4		14	5,0
Supervisione	1	2	5	3		11	3,9
Altro (specificare)	1		1	2	1	5	1,8
Totale	35	75	86	83	1	280	100%

AREA SODDISFAZIONE/VALUTAZIONE DI EFFICACIA DELLE PRESTAZIONI PSICOLOGICHE

D18 – Relativamente alla Sua esperienza, in quale misura le prestazioni psicologiche di cui si è avvalso hanno corrisposto agli obiettivi? (N=96).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Pienamente	9	10	12	12	1	44	45,8
Sufficientemente	6	11	15	12		44	45,8
Scarsamente		1	2	1		4	4,2
Per niente							
Risposte mancanti	1	1		2		4	4,2
Totale	16	23	29	27	1	96	100%

D19 – Lei ha utilizzato modalità di valutazione dell'efficacia delle prestazioni psicologiche? (N=96).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Sì	5	15	13	9	1	43	44,8
No	11	8	16	17		52	54,2
Risposte mancanti				1		1	1,0
Totale	16	23	29	27	1	96	100%

D20 – Se sì, in quale momento dell'intervento?

(N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Valutazione ex ante		1	6	3	1	11	15,5
Valutazione in itinere	2	7	10	5	0	24	33,8
Valutazione ex post	4	13	11	7	1	36	50,7
Totale	6	21	27	15	2	71	100%

D21 – E con quali strumenti?

(N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Test	2	5	1	6		14	21,2
Questionari	3	6	3	6		18	27,2
Interviste		9	4	4		17	25,8
Altro (specificare)	3	3	9	1	1	17	25,8
Totale	8	23	17	17	1	66	100%

D22 – Ha utilizzato strumenti per la valutazione della soddisfazione dei destinatari diretti delle prestazioni psicologiche? (N=96).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Sì	6	11	10	11		38	39,6
No	9	10	18	13	1	51	53,1
Risposte mancanti	1	2	1	3		7	7,2
Totale	16	23	29	27	1	96	100%

D23 – Se sì, quali strumenti?

(N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Questionari	3	8	4	8		23	39,0
Diari			2	2		4	6,8
Interviste		3	2	6		11	18,6
Colloqui	1	8	4	4		17	28,8
Altro (specificare)			4			4	6,8
Totale	4	19	16	20	0	59	100%

D24 – Gli psicologi della cui collaborazione si è avvalso hanno fatto ricorso a modalità di valutazione dell'efficacia della propria prestazione? (N=96).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Si	7	11	8	9	0	35	36,5
No	7	7	8	4	1	27	28,1
Non so	2	5	13	12		32	33,3
Risposte mancanti				2		2	2,1
Totale	16	23	29	27	1	96	100%

D25 – Se sì, in quale momento dell'intervento?

(N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Valutazione ex ante	1	1	1	1		4	9,1
Valutazione in itinere	1	3	6	3		13	29,5
Valutazione ex post	7	9	5	6		27	61,4
Totale	9	13	12	10	0	44	100%

D26 – E attraverso quali strumenti?

(N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Test	3	2	2	2		9	20,0
Questionari	5	6	1	4		16	35,6
Interviste	1	5	3	5		14	31,1
Altro (specificare)	1	1	4			6	13,3
Totale	10	14	10	11		45	100%

D27 – A Suo parere, in quale misura le prestazioni psicologiche di cui si è avvalso hanno contribuito a migliorare gli assetti organizzativi della Sua struttura professionale? (N=96).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Molto	4	3	12	7		26	27,1
Abbastanza	6	12	14	14		46	47,9
Poco	3	4	2	4		13	13,5
Per niente		1				1	1,0
Risposte mancanti	3	3	1	2	1	10	14,5
Totale	16	23	29	27	1	96	100%

AREA INTENZIONI FUTURE

D28 – Sulla base della Sua esperienza, pensa che si avvarrà in futuro della collaborazione di psicologi? (N=96).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Si	15	20	29	26	1	91	94,8
No	1	2				3	3,1
Risposte mancanti		1		1		2	2,1
Totale	16	23	29	27	1	96	100%

D29a – Se sì, in quale area della psicologia ritiene probabile che farà ricorso a psicologi? (N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Psicologia clinica e di comunità	4		20	20	0	44	33,6
Psicologia generale e sperimentale	1		1	3		5	3,8
Psicologia dello sviluppo e dell'educazione	8	2	11	5		26	19,8
Psicologia del lavoro e delle organizzazioni	8	19	12	16	1	56	42,8
Totale	21	21	44	44	1	131	100%

D29b – Aree più recenti

(N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Psicologia giuridica e forense	1		2	2		5	6,8
Psicologia penitenziaria e criminologia	1		1	2		4	5,5
Psicologia militare							
Psicologia viaria e del traffico				1		1	1,4
Psicologia delle emergenze			1	1		2	2,7
Psicologia dello sport							
Psicologia del turismo				1		1	1,4
Psicologia della salute e del benessere	1	3	5	15		24	32,9
Psicologia economica e politica	1	5	1			7	9,6
Psicologia della formazione online/a distanza	1	5	4	3		13	17,8
Psicologia di comunità e integrazione interculturale	1		6	4		11	15,1
Psicologia della religione			1			1	1,4
Web usability e prestazioni psicologiche a distanza		2				2	2,7
Altro (specificare)		1		1		2	2,7
Totale	6	16	21	30	0	73	100%

D30 – Per quali tipologie di prestazioni?*(N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).*

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Intervento su casi individuali	9	5	23	19	1	57	19,7
Intervento su problematiche di gruppo	11	10	21	16	1	59	20,4
Intervento su problematiche organizzative	7	12	13	13		45	15,6
Consulenza	4	6	8	11		29	10,0
Psicoterapia	1		3	9		13	4,5
Analisi dei bisogni organizzativi	1	5	3	3		12	4,2
Formazione	6	8	9	9		32	11,1
Orientamento	2	1	2	3		8	2,8
Selezione/valutazione delle risorse umane	1	10	6	3		20	6,9
Ricerche di mercato/ marketing/ comunicazione & pubblicità		5	2	1		8	2,8
Ricerca	1		3	2		6	2,0
Altro (specificare)							
Totale	43	62	93	89	2	289	100%

D31 – Per quali finalità farebbe ricorso alla collaborazione di uno psicologo?

(N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Diagnosi	5	2	13	15		35	11,7
Cura	3		12	17		32	10,7
Riabilitazione	1		12	10		23	7,7
Educazione/ formazione di base	1	1	5	5		12	4,0
Educazione/ formazione professionale	5	6	10	7		28	9,4
Educazione/ formazione continua	2	3	5	2		12	4,0
Mediazione culturale	1		2	7		10	3,4
Costruzione di profili professionali	1	4	3	1		9	3,0
Bilancio delle competenze	1	6	3	2		12	4,0
Orientamento/ Pianificazione carriere	1	5	4	2		12	4,0
Riduzione della dispersione scolastica	3		3	2		8	2,7
Sviluppo organizzativo	7	10	8	7		32	10,7
Gestione delle risorse umane	7	14	8	6		35	11,7
Progettazione	1	1	4	3		9	3,7
Coordinamento	1		8	3		12	4,2
Supervisione	2	1	7	4		14	4,7
Altro (specificare)			1	1	1	3	1,1
Totale	42	53	108	94	1	298	100%

D32 – Quale forma contrattuale riterrebbe più opportuna per regolare l'intervento dello psicologo negli ambiti di Suo interesse?

(N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Formazione e lavoro	2	7	1	1		11	7,4
Tempo indeterminato	3	6	12	17		38	25,5
Tempo determinato	1	3	6	1		11	7,4
Tempo parziale			3	1		4	2,7
Prestazione occasionale		6	8	5	1	20	13,3
Collaborazione coordinata e continuativa/a progetto	9	8	18	8		43	28,9
Contratto d'agenzia		3				3	2,0
Convenzionamento	2		5	4		11	7,4
Socio-lavoratore		1	3			4	2,7
Altro (specificare)	1	1	2			4	2,7
Totale	18	35	58	37	1	149	100%

D34 – Quali saranno nel prossimo futuro le competenze maggiormente richieste dal mercato del lavoro allo psicologo? Quali competenze richiederebbe Lei allo psicologo del lavoro di domani? (N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Counseling/sostegno/ ascolto	10	10	19	17		56	29,5
Mediazione ed integrazione	4	4	6	12		26	13,7
Lavoro di gruppo/ team building	4	19	14	16		53	27,9
Analisi della domanda	4	3	5	4	1	17	8,9
Orientamento al cliente	3	8	4	7		22	11,6
Maggiore praticità/ applicabilità della teoria	2	3	2	2		9	4,7
Web usability e prestazioni psicologiche a distanza		2	3			5	2,7
Intelligenza artificiale				1		1	0,5
Altro (specificare)			1			1	0,5
Totale	27	49	54	59	1	190	100%

D35 – Se no, per quali motivi pensa che non si avvarrà più della collaborazione di psicologi? (N=96; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Insoddisfazione rispetto alla prestazione ricevuta		1				1	11,1
Incompatibilità personali con il professionista		1				1	11,1
Mancato raggiungimento degli obiettivi			1			1	11,1
Prestazione deludente			1			1	11,1
Costi elevati	1		1	1		3	33,3
Altro (specificare)	1			1		2	22,3
Totale	2	2	3	2	0	9	100%

SEZIONE RIVOLTA A CHI NON SI È MAI AVVALSO DELLA COLLABORAZIONE DI PSICOLOGI

AREA MOTIVAZIONI ED INTENZIONI FUTURE

D36 – Perché non si è mai avvalso della collaborazione di psicologi?

(N=84; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Non conoscenza dei benefici derivanti dal ricorso ad una prestazione psicologica	4	1		1	1	7	5,9
Assenza di esigenze/ necessità di avvalersi di tale prestazione psicologica	13	12	7	9	4	45	38,1
Mancanza di fiducia nella professione, poco chiara e difficile da definire con esattezza	3					3	2,5
Scarso fondamento scientifico della professione	1		1			2	1,7
Immagine negativa dello psicologo diffusa dai mass media		1				1	0,8
Opinioni di amici/ parenti/colleghi sullo psicologo							
Difficoltà a capire ciò che fa uno psicologo	6	1	1			8	6,8
Difficoltà a trovare uno psicologo	1	1	3			5	4,2
Scarsa comunicazione/ pubblicità delle competenze disponibili	5				1	6	5,1
Scarsa valorizzazione dell'immagine professionale	3	3		1	3	10	8,5
Costi elevati delle prestazioni	5	3	3		1	12	10,2
Altro (specificare)	7	4	3	4	1	19	16,2
Totale	48	26	18	15	11	118	100%

D37 – In quale area eventualmente riterrrebbe utile avvalersi dello psicologo?

D37a – Aree tradizionali

(N=84; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	Pubblico	Privato	Non Profit	Sanità	Comunica- zione	Totale	Totale %
Psicologia clinica e di comunità		3	4	7	1	15	14,2
Psicologia generale e sperimentale	1	3	1	2	1	8	7,5
Psicologia dello sviluppo e dell'educazione	3	2	7	2	1	15	14,2
Psicologia del lavoro e delle organizzazioni	27	17	5	11	8	68	64,1
Totale	31	25	17	22	11	106	100%

D37b – Aree più recenti

(N=84; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie).

	Pubblico	Privato	Non Profit	Sanità	Comunica- zione	Totale	Totale %
Psicologia giuridica e forense				3	1	4	4,9
Psicologia penitenziaria e criminologia				2		2	2,4
Psicologia militare				2		2	2,4
Psicologia viaria e del traffico				2		2	2,4
Psicologia delle emergenze	3		1	3	1	8	9,8
Psicologia dello sport		1		3		4	4,9
Psicologia del turismo				1		1	1,2
Psicologia della salute e del benessere	8	1	1	8	1	19	23,2
Psicologia economica e politica	1	2		2	1	6	7,3
Psicologia della formazione online/a distanza	6		3	1	3	13	15,9
Psicologia dell'orientamento		2	3	1	1	7	8,5
Psicologia di comunità e integrazione interculturale	2	1	2	1	1	7	8,5
Psicologia della religione		1			1	2	2,4
Web usability e prestazioni psicologiche a distanza	2	1				3	3,8
Altro (specificare)		1			1	2	2,4
Totale	22	10	10	29	11	82	100%

D38 – Per quali tipologie di prestazioni riterrebbe eventualmente utile avvalersi dello psicologo?
(*N=84; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie*).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Intervento su casi individuali	7	3	6	8	2	26	12,2
Intervento su problematiche di gruppo	10	7	7	9	2	35	16,4
Intervento su problematiche organizzative	14	6	2	7	2	31	14,6
Consulenza	9	4	4	5	3	25	11,7
Psicoterapia			2	4		6	2,8
Analisi dei bisogni organizzativi	4	2	2	1		9	4,2
Formazione	16	4	5	3	2	30	14,1
Orientamento	1	2	4	2	1	10	4,7
Selezione/ valutazione delle risorse umane	11	6	2	5	4	28	13,0
Ricerche di mercato/ marketing/comunicazione & pubblicità	1	4	1	1	3	10	4,7
Ricerca							
Altro (specificare)			1		2	3	1,4
Totale	73	38	36	45	21	213	100%

D39 – Secondo Lei, quali saranno le competenze che lo psicologo dovrà acquisire per diventare attrattivo e competitivo nel mercato del lavoro?

(*N=84; alcuni intervistati non hanno dato risposte ed altri ne hanno date più d'una per le diverse categorie*).

	<i>Pubblico</i>	<i>Privato</i>	<i>Non Profit</i>	<i>Sanità</i>	<i>Comunica- zione</i>	Totale	Totale %
Counseling/sostegno/ ascolto	9	4	7	9	4	33	23,2
Mediazione ed integrazione	5	3	2	6		16	11,3
Lavoro di gruppo/ team building	6	5	5	6	3	25	17,6
Analisi della domanda	5		4	4	1	14	9,9
Orientamento al cliente	10	3	2	5	3	23	16,2
Maggiore praticità/ applicabilità della teoria	7	5	3	4	1	20	14,1
Web usability e prestazioni psicologiche a distanza		2		1		3	2,1
Intelligenza artificiale	1			1		2	1,4
Altro (specificare)	1	3	1		1	6	4,2
Totale	44	25	24	36	13	142	100%

8. CONCLUSIONI, SINTESI DELLA RICERCA E LINEE GUIDA PER L'INTERVENTO

Dall'indagine posta in essere si evidenzia uno scenario caratterizzato da varie potenzialità della professione. Nel contempo si riscontrano problematicità e contraddizioni.

Proponiamo, di seguito, una descrizione di sintesi dei risultati analiticamente descritti nei paragrafi precedenti – cui rinviamo per un più dettagliato sostegno alle presenti argomentazioni, soprattutto mediante i dati richiamati e quelli contenuti nei Code-Book I e II – unitamente ad alcune considerazioni operative.

Spazi della professione

1) *Il campione, costituito da 180 persone operanti nel Veneto, nel Lazio e in Sicilia, si presenta come molto qualificato.* Lo compongono, infatti, dirigenti apicali dei settori *pubblico, privato, non profit, sanità, informazione-comunicazione*, caratterizzati da cognizioni fondate sull'esperienza in tema di professioni riconducibili agli ambiti di loro competenza e in certa misura della professione dello psicologo. Si può stimare che complessivamente da essi dipendano intorno ai 10.000 collaboratori e che gli utenti esterni complessivi dei loro servizi siano intorno ai 100.000. Dunque, il presente campione costituisce nel suo insieme un osservatorio ampio, pur con alcuni limiti per quanto riguarda gli incroci fra le diverse variabili.

Soltanto 96 partecipanti all'indagine (53,3% del totale) si sono finora avvalsi della collaborazione professionale degli psicologi e di tale sub-campione solo 50 persone (27,7% del totale) lo hanno fatto abitualmente, contro le restanti che se ne sono servite occasionalmente o molto raramente: viene riportato inoltre che le forme di lavoro a tempo indeterminato o determinato riferite agli psicologi ammontano solo al 25,8% dei casi e che sono molto più frequenti le modalità contrattuali atipiche fra cui la prestazione coordinata e continuativa e a progetto, e la prestazione occasionale (complessivamente il 40,9%).

2) *La quasi totalità di coloro che si sono avvalsi delle prestazioni dello psicologo dichiara che in futuro vorrà continuare a servirsene, dato che esse hanno corrisposto pienamente o sufficientemente agli obiettivi attesi.* Nel contempo, viene precisato che le forme contrattuali di cui ci si avvarrà continueranno ad essere essenzialmente quelle atipiche, con un valore pressoché identico a quello attuale. Si differenziano in certa misura il mondo della sanità e quello del non profit che propongono in maniera un po' maggiore per il tempo indeterminato e determinato.

3) Coloro che non hanno mai fruito dei contributi degli psicologi (84 persone su 180), motivano ciò soprattutto con *l'assenza di necessità dello psicologo nei loro settori di lavoro*. Vengono citate inoltre la *difficoltà di capire ciò che fa uno psicologo e la non conoscenza dei benefici derivanti dalle sue prestazioni*. Vengono anche richiamati i costi elevati delle prestazioni e la scarsa valorizzazione dell'immagine professionale.

4) È largamente diffusa un'immagine piuttosto tradizionale dello psicologo come persona in grado di contribuire al miglioramento individuale e collettivo nei diversi contesti e ambienti di lavoro. Appare anche che *si sta facendo strada una visione della professione maggiormente attenta agli spazi sociali oltre che a quelli individuali*.

Tali immagini sembrano configurare una sorta di professionalità di base (primaria potremmo dire) incentrata sul sapere del professionista, acquisita essenzialmente in ambito universitario ed offerta agli utenti, che sono in larga misura convinti della necessità di tale figura professionale.

Esaminando anche le tavole⁵ riportate alle pagine 71 e 72, appare che le celle più scure (o di colore azzurro) – in cui si colloca oltre il 50% dei giudizi – costituiscono circa un terzo delle celle complessive. In esse si struttura una sorta di *concentrazione costituita da concetti di base correnti quando si pensa al lavoro dello psicologo*. Tali concetti, peraltro, sono comuni sia a coloro che hanno sperimentato le sue prestazioni sia agli altri. Dunque i contenuti, gli obiettivi, le competenze e le caratterizzazioni espressi in tali celle sembrano quelli maggiormente consolidati, *esprimono ciò che ci si aspetta generalmente da uno psicologo e sono anche considerati positivi e necessari*. Nel contempo si riscontrano elementi negativi quali diffidenza, pregiudizi, carenza di basi scientifiche, nonché percezioni un po' confuse degli specifici professionali.

Le celle più chiare (di colore giallo) ammontano a circa due terzi della totalità ed assorbono circa il 50% dei giudizi complessivi. Formano dunque una *pluralità maggiormente dispersa di concetti, generalmente più analitici e più centrati su specifici aspetti/bisogni evidenziati dai partecipanti alla ricerca*. In tal senso sembrano indicare l'aspettativa di un sapere più incisivo, talvolta soddisfatto, talora frustrato, nel cui ambito si articolano attese e prestazioni. In tali categorie si collocano concetti quali mediazione, gestione del conflitto, supporto, miglioramento del clima/benessere organizzativo, accrescimento della motivazione al lavoro, prevenzione, marketing/comunicazione, osservazione/ascolto, attenzione al contesto/relazioni vs singola persona; si riscontra anche

⁵ Esse sono state costituite collocando nelle celle superiori più scure (o di colore azzurro), nell'ordine, i sottonodi che hanno ricevuto punteggi superiori o uguali alla media delle frequenze nell'ambito del nodo di appartenenza. Nelle celle inferiori più chiare (o di colore giallo) sono riportati i sottonodi caratterizzati, nell'ordine, da frequenze inferiori alla media nel nodo di appartenenza.

che lo psicologo è in grado di favorire il raggiungimento degli obiettivi aziendali, l'incremento della qualità del lavoro e dell'efficacia, la comunicazione interna ed esterna, lo sviluppo delle potenzialità.

Complessivamente, dati i valori dispersi e meno numerosi dei concetti sopradescritti, i dirigenti intervistati associano in maniera minore allo psicologo una concreta attività propulsiva dello sviluppo e del rinnovamento, capace di incidere con decisione sulle possibilità di cambiamento – all'interno dei diversi contesti e ai diversi livelli – nelle valutazioni e nelle scelte, nelle intenzioni e nell'operare. Si rileva meno in tali casi, verso lo psicologo, la percezione consolidata e condivisa di professionista generalmente in grado di rispondere ai bisogni concreti dell'interlocutore, capace di differenziare caso per caso obiettivi, metodi e strumenti. *Gli viene meno riconosciuta, quindi, una professionalità evoluta – però centrale nei processi lavorativi – maggiormente basata sull'esperienza degli effettivi bisogni e sulle risposte alle aspettative.* Al contrario, lo psicologo sembra essere percepito come positivo (e un po' stereotipato) operatore del benessere. Sovente generico, assimilabile, si può ritenere, ai molti altri che operano in tal senso (consulente, formatore, sociologo, filosofo, ...). *Si riconosce peraltro l'utilità e l'opportunità di avvalersene – in certa misura – nel presente come nel futuro.*

Lo psicologo quindi non viene valutato come strettamente essenziale: si tende ad avere con lui rapporti di collaborazione e occasionali piuttosto che stabili e continuativi, in controtendenza rispetto alle esigenze delle organizzazioni che per lo più cercano di investire il massimo delle risorse sulle professionalità cui tengono maggiormente – stabilizzandole – di fidelizzarle; inoltre, vengono rilevati *alcuni svantaggi e rischi potenziali connessi alla sua attività, che per gli intervistati sono riconducibili ad una sorta di intrusività nelle sfere altrui, di modesta utilità e di possibile "ostacolo".* Viene evidenziata, non di rado, anche la carenza di una specifica, ben individuata professionalità.

5) *Lo psicoterapeuta viene distinto assai poco dallo psicologo e non appaiono sufficientemente conosciute le sue caratteristiche di metodo e di intervento in relazione sia allo psicologo stesso che al medico e ad altri professionisti quali il consulente del lavoro, il coach e il counselor.* Ciò colpisce particolarmente, dato che buona parte del campione opera nel non profit e nella sanità, settori in cui il ruolo degli psicoterapeuti dovrebbe essere maggiormente noto.

Interventi

a) È emerso dalle interviste che *la maggior parte degli psicologi non pone in essere attività di valutazione del proprio operato in termini di vantaggi e costi/benefici per gli utenti.* Analogamente

si comportano i dirigenti nell'ambito dei loro settori di appartenenza. Si può ritenere che un *maggiore impegno nell'auto ed etero-valutazione* avrebbe importanti risultati in termini di valorizzazione della professione e di riconoscimento della sua efficacia. Su queste basi sarà opportuno operare per promuovere una centralità crescente dello psicologo nei diversi settori.

b) Una *maggiore attenzione ai costi/benefici* per gli utenti condurrebbe anche ad una migliore precisazione delle funzioni e dei contenuti sia teorici che operativi, contribuendo così ad una *crescita dell'identità professionale ed alla differenziazione dalle altre figure*. Di particolare rilievo, in tale prospettiva, può essere la capacità di operare in maniera innovativa, con un'effettiva e costante attenzione alla persona, al concreto cambiamento individuale e organizzativo, ai risultati richiesti, alla prevenzione del disagio e del disadattamento, e in generale alle *complesse, variegata e flessibili dimensioni che caratterizzano l'attuale società post-industriale e le persone che la compongono*.

Per la professione dello psicologo non sembrerebbero esistere "vie di mezzo": se si vuole superare l'attuale situazione – in certa misura soddisfacente, ma "vischiosa" (una sorta di stabile precarietà) – appare necessario *un notevole sforzo culturale, formativo e applicativo, che incrementi negli psicologi stessi, in linea con i loro interlocutori, obiettivi più ambiziosi in vista di risultati maggiormente tangibili e pienamente apprezzabili dagli utenti*.

Discorso analogo sembra essere opportuno anche per lo psicoterapeuta.

c) In termini di formazione e informazione/comunicazione, i risultati ottenuti e fin qui descritti costituiscono stimolo e traccia per concreti e mirati percorsi formativi.

Va senz'altro incentivata la *formazione permanente, soprattutto mediante attività di consulenza e supervisione incentrate sulle concrete esigenze dei fruitori*, cui non è possibile rispondere, avvalendosi della sola formazione universitaria, se non in termini di base – primari si osservava precedentemente. Occorre procedere oltre tale formazione, pur necessaria.

Linee d'azione sono la messa a punto e la costante sperimentazione di più moderne ed efficaci metodologie operative da corredare di strumenti qualitativi e quantitativi.

È opportuno incrementare la consapevolezza della centralità della persona e dunque dell'intervento su di essa, come sulle aggregazioni sociali e sulle organizzazioni, così da esprimere al meglio le capacità e potenzialità professionali della psicologia.

Va approfondita e resa maggiormente operativa la relazione fra società post-industriale e interventi "fini", mirati, idonei a costituire vero e proprio vantaggio per il singolo e per la comu-

nità in termini conoscitivi, etici, morali, spirituali, nonché di maggiore efficienza, sostenibilità e speranza collettiva.

In termini di informazione/comunicazione, l'indagine ha messo in luce che i dirigenti del settore hanno una percezione dello psicologo sostanzialmente analoga a quella dei colleghi degli altri comparti, con in più, forse, una maggiore sensibilità agli aspetti di crescita e di promozione che potrebbero essere facilitati dagli psicologi. Su tali elementi si potrà agire, inizialmente, per *facilitare mix di marketing professionale che dovrà svilupparsi nella sensibilizzazione agli elementi di effettiva utilità e quindi di identità che lo psicologo saprà cogliere e consolidare.*

Nel prossimo futuro sarà anche utile ampliare il campione considerato, allo scopo di approfondire le relazioni fra le risposte date e alcune variabili personali quali l'età ed il genere. Si sono evidenziate infatti tendenze alla differenza fra i dirigenti al di sotto dei 50 anni nel loro essere maggiormente attenti alla possibilità dello psicologo di operare con modalità meno convenzionali e più mirate. Le donne, inoltre, sembrano mostrare una maggiore disponibilità ad avvalersi delle sue prestazioni professionali oggi e nel futuro.

Considerato che l'età ed il genere femminile costituiscono codici sempre più essenziali – unitamente al multiculturale, alle diverse abilità ed alla flessibilità generale e diffusa nel mondo del lavoro – anche di tali variabili sarà opportuno tenere conto per la progettazione di iniziative di promozione professionale.

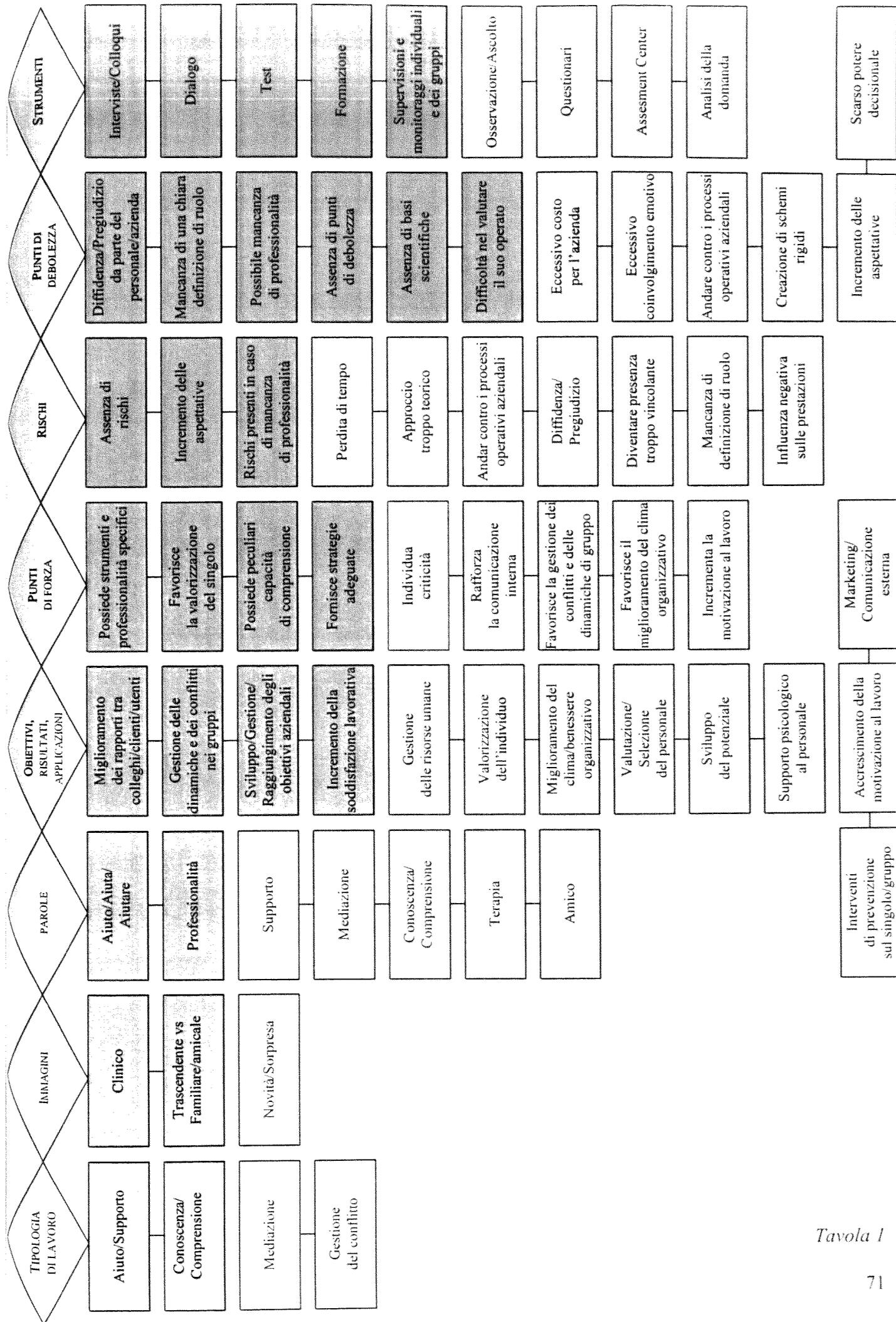


Tavola 1

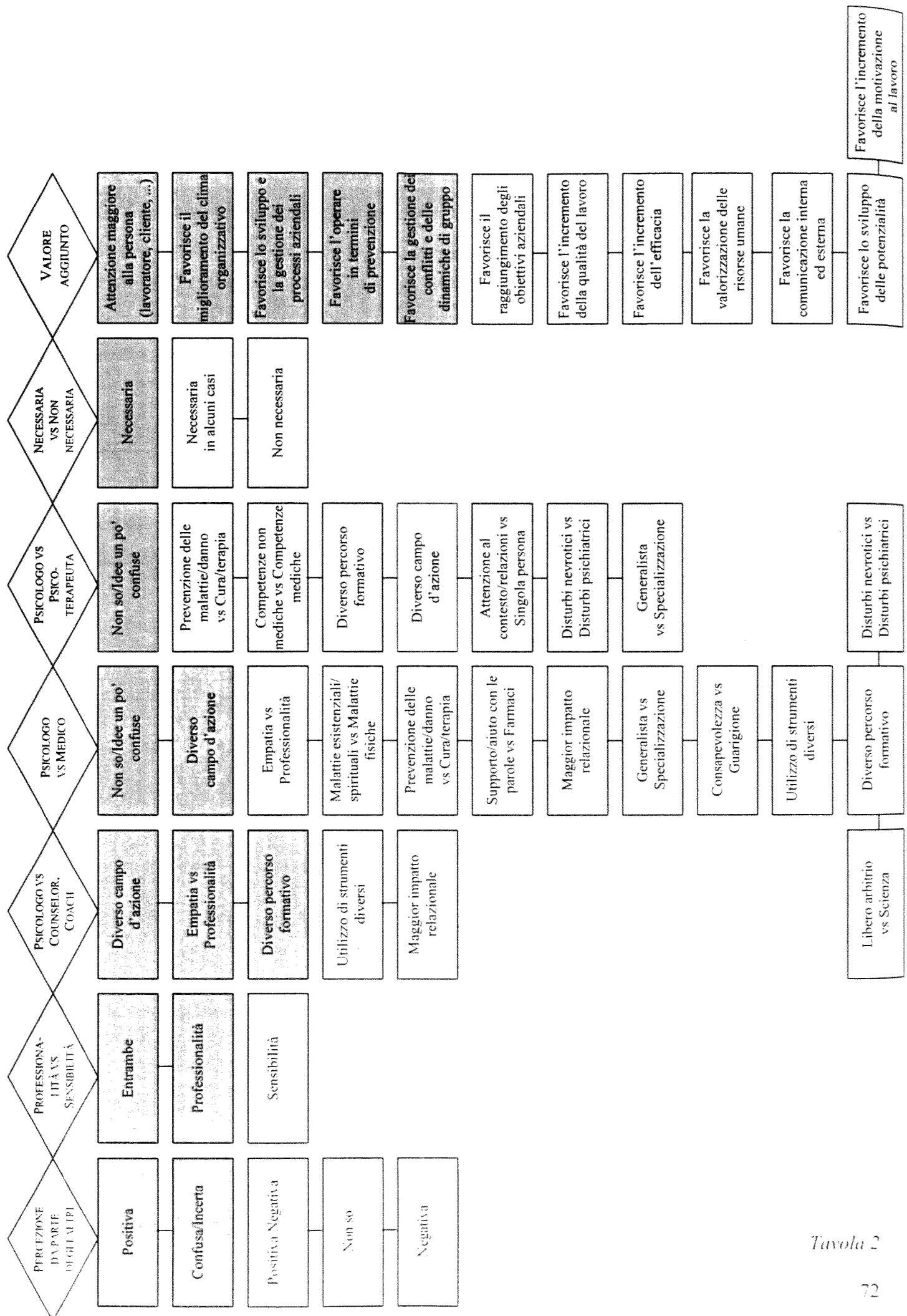


Tavola 2

9. NOTA BIBLIOGRAFICA

- Ackers, P. (2006). The history of occupational psychology: A view from industrial relations. *Journal of occupational and organizational psychology*, 79, 213-216.
- Ashton, K. R. (2003). The public image of psychologists: Development and validation of an attitudes toward psychologists scale. Dissertation Abstracts International (part B). *Science and Engineering*, 63, 3463.
- Barrow, R. (2000). Determining stereotypical images of psychologists: The draw a psychologist checklist. *College Student Journal*, 34, 123-133.
- Benincasa, V. (2005). Gli psicologi del Lazio: dati sociodemografici, formativi e occupazionali. *Psicologia e Lavoro*, 136, 44-47.
- Blandino, G. (2000). *Il "parere" dello psicologo: la psicologia nei mass media*. Milano: Cortina.
- Bosio, A. C. (2005). La professione Diafana. Bisogno di psicologia e domanda di psicologi nella popolazione lombarda. *Rapporto redatto da GFK Eurisko per l'OPL*.
- Bosio, A. C. (2004). *Professioni psicologiche e professionalizzazione della psicologia*. Milano: FrancoAngeli.
- Bosio, A. C., Lozza, E., & Bergonzi, R. (2004). Le professioni dello psicologo: fra difesa dell'esistente e ricerca di nuovi posizionamenti. *Micro & Macro Marketing*, 13, 155-168.
- Bremer, B. A., Foxx, R. M., Lee, M., Lykins, D., Mintz, V., & Stine, E. (2001). Potential clients' beliefs about the relative competency and caring of psychologists: Implications for the profession. *Journal of Clinical Psychology*, 57, 1479-1488.
- Carli, R., Paniccchia, R. M., & Salvatore, S. (2004). *Lo psicologo nella cultura locale della regione Toscana*. Firenze: Ordine degli Psicologi della Toscana (supplemento a *Psicologia Toscana*).
- Cecchini M., & Lombardo, G. P. (1980). *Lo psicologo. Riforma sanitaria regolamentazione giuridica della professione*. Roma: Bulzoni.

- Contarello, A., & Volpato, C. (2002). La dimensione storica dei processi psicosociali. Note metodologiche di ricerca. In B. Mazzara (a cura di), *Metodi qualitativi in psicologia sociale*. Roma: Carocci.
- Corbetta, P. (1999). *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*. Bologna: Il Mulino.
- De Carlo, N. A. (a cura di) (2004). *Teorie & strumenti per lo psicologo del lavoro e delle organizzazioni* (Vol. 1, 2, 3, 4). Milano: FrancoAngeli.
- De Carlo, N. A., & Falco, A. (2006). Professione psicologo: una ricerca sulle attese delle organizzazioni. *Bollettino dell'Ordine degli Psicologi del Veneto*, 47, 7-9.
- De Carlo, N. A., & Falco, A. (2007). Professione psicologo: una ricerca sulle attese delle organizzazioni non profit. *Bollettino dell'Ordine degli Psicologi del Veneto*, 40, 8-10.
- Evetts, J. (2001). Profession in European and UK markets. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 20, 1-30.
- Freidson, E. (2001). *Professionalism. The third logic*. Oxford: Blackwell Pub (trad. it. Bari: Dedalo).
- Ghiglione, R. (1998). *Les métiers de la psychologie*. Paris: Dunod.
- Ghiglione, R. (1980). *Manuel d'analys du contenu*. Paris: Colin.
- Hartwig, S. G. (2003). Surveying psychologists' public image with drawings of a "typical" psychologist. *South Pacific Journal of Psychology*, 14, 69-75.
- Hartwig, S., & Delin, C. (2003). How unpopular we are? Reassessing psychologists' public image with different measures of favourability. *Australian Psychologist*, 38, 68-72.
- Koeske, G. F., Koeske, R. D., & Mallingerer, H. (1993). Perceptions of professional competence: Cross-disciplinary ratings of psychologists, social workers and psychiatrists. *American Journal Orthopsychiat*, 63, 45-54.
- Koeske, G. F., Koeske, R. D., & Mallingerer, H. (1993). Perceptions of professional competence: Cross-disciplinary ratings of psychologists, social workers and psychiatrists. *American Journal Orthopsychiat*, 63, 45-54.

- Kotler, P., & Roberto, E. (1991). *Marketing Sociale*. Milano: Edizioni di comunità.
- Kirby, N., & Hartsone, M. (1998). The Australian organisational psychologist: An update. *Australian Psychologist*, 33, 68-75.
- Kvale, S. (1998). *Interviews: an introduction to qualitative research interviewing*. London: Sage Publications.
- Lee, R. M., & Fielding, N. G. (1995). Users Experiences of Qualitative Data Analysis Software. In U. Kelle (Ed.), *Computer-Aided Qualitative Data Analysis: Theory, Methods and Practice*. London: Sage.
- Locke, T. F., & Covell, A. J. (1997). Characterizing expert psychologist behavior: Implications from selected expertise literature. *Educational Psychology Review*, 9, 239-249.
- Lombardo, G. P. (1994). *Storia e modelli della formazione dello psicologo*. Milano: FrancoAngeli.
- Lunt, I. (1999). The professionalization of psychology in Europe. *European Psychologist*, 4(4), 240-247.
- Mazzara, B. M. (2002). *Metodi qualitativi in psicologia sociale*. Roma: Carocci.
- Mc Pherson, F. M. (1986). *The Professional Psychologist in Europe*. *American Psychologist*, 41, 302-305.
- Milanese, P. (1998). *Non profit marketing e valore sociale*. Milano: Egea.
- Moderato, P., & Rovetto, F. (1994). *Psicologo: verso la professione*. Milano: McGraw-Hill.
- Palmonari, A. (1981). *Psicologi: Ricerca socio-psicologica su un processo di professionalizzazione*. Bologna: Il Mulino.
- Parisi, D. (2000). Un secolo di psicologia e le prospettive per il futuro. *Giornale Italiano di Psicologia*, 1, 9-21.
- Perussia, F. (1994). *Psicologo: storia e attualità di una professione scientifica*. Torino: Bollati Boringhieri.

- Perussia, F. (1999). *Cent'anni dopo. A che cosa serve la psicologia?* Milano: Guerini e Associati.
- Potter, J. & Hepburn, A. (2005). Qualitative interviews in psychology: problem and possibilities. *Qualitative Research in Psychology*, 2, 281-307.
- Perussia, F., Converso, D., & Maglietta, A. (1995). *Psicologia futura*. Torino: Tirrenia Stampatori.
- Rosenzweig, M. R. (1999). Continuity and change in the development of psychology around the world. *American Psychologist*, 54, 252-259.
- Rossati, A. (1981). *Verso una nuova identità dello psicologo*. Milano: FrancoAngeli.
- Rubin, H. J. & Rubin, I. (2005). *Qualitative interviewing: the art of hearing data*. London: Sage Publications.
- Rutelli, P. (2004). *L'impresa intangibile. Marketing, comunicazione e internet*. Milano: FrancoAngeli.
- Sarchielli, G. (2003). Le professioni di psicologo. *Giornale Italiano di Psicologia*, 4, 671-686.
- Sarchielli, G., & Fraccaroli, F. (2002). *Le professioni dello psicologo*. Milano: Cortina.
- Sarchielli, G., & Frati, F. (2002). Le attività dello Psicologo nei diversi settori di intervento professionale: una prima ipotesi di repertorio delle attività professionali. *Bollettino d'informazione dell'Ordine degli Psicologi della Regione Emilia-Romagna*, 1.
- Silverman, D. (2004). *Qualitative research: theory, method and practice*. London: Sage Publications.
- Smith, C. P. (2000). Content analysis and narrative analysis. In H. T. Reis & C. M. Judd (Eds.), *Handbook of research methods in social and personality psychology*. Cambridge: University Press.
- Svensson, L. G. (2003). Nuovi contesti per il controllo e la fiducia nel professionalismo. *Economia & Lavoro*, 37, 109-127.
- Tamburini, S. (1996). *Marketing e comunicazione sociale al servizio della società*. Milano: Lupetti & Co. Editore.

- Tars, S. E. (2005). APA 2020: A perfect vision for psychology. *American Psychologist*, 60, 512-522.
- Wengraf, T. (2001). *Qualitative research interviewing: biographic narrative and semi-structured methods*. London: Sage Publications.
- Wolff, C. J. (1998). *The role of work and organizational psychologist. Handbook of work and organizational psychology* (2nd ed.). Hove, England: Psychology Press.
- Zammuner, V. (1998). *Tecniche dell'intervista e del questionario*. Bologna: Il Mulino.