



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata (FISSPA)

Corso di Laurea Triennale in Scienze Psicologiche Sociali e del Lavoro

Elaborato finale

La Teoria del Comportamento Pianificato e la Self-Identity.

Uno studio sulle bottiglie riutilizzabili eco-sostenibili

The Theory of Planned Behavior and Self-Identity.

A study on eco-friendly reusable bottles

Relatore

Prof. Luigina Canova

Laureanda: Mezzaro Veronica

Matricola: 1221084

Anno Accademico 2022/2023

<u>INTRODUZIONE</u>	<u>5</u>
<u>CAPITOLO I: I MODELLI E I COSTRUTTI TEORICI DI RIFERIMENTO</u>	<u>6</u>
1.1 TEORIA DELL’AZIONE RAGIONATA	6
1.2 LA TEORIA DEL COMPORTAMENTO PIANIFICATO	7
1.3 IL COMPORTAMENTO PASSATO E LA <i>SELF-IDENTITY</i>	10
<u>CAPITOLO II: LA RICERCA.....</u>	<u>13</u>
2.1 OBIETTIVI DELLA RICERCA	13
2.2 PROCEDURA E PARTECIPANTI	13
2.2.2 SECONDA FASE	14
2.3 STRUMENTI	15
2.3.1 LA PRIMA FASE	15
2.3.2 LA SECONDA FASE	18
<u>CAPITOLO III: I RISULTATI.....</u>	<u>19</u>
3.1 ATTENDIBILITÀ E STATISTICHE DESCRITTIVE DELLA TPB ESTESA.....	19
3.1.1 IL COMPORTAMENTO D’USO DI UNA BOTTIGLIA RIUTILIZZABILE AL T2	20
3.2 LE CORRELAZIONI	21
3.2.1 LE CORRELAZIONI FRA I COSTRUTTI DEL MODELLO ESTESO DELLA TPB	21
3.3 LE ANALISI DI REGRESSIONE.....	23
3.3.1 VERIFICA DELLA TPB.....	23
<u>CONCLUSIONI.....</u>	<u>28</u>
<u>BIBLIOGRAFIA.....</u>	<u>31</u>

INTRODUZIONE

Questo studio indaga un comportamento pro-ambientale ossia l'uso di bottiglie riempibili più volte, prodotte con materiali differenti dalla plastica PET delle consuete bottiglie in commercio.

La scelta di utilizzare una borraccia di questo tipo presuppone che non si impieghino contenitori di plastica usa e getta, che possono essere fonte di inquinamento ambientale, soprattutto se non smaltiti adeguatamente. Come riporta il WWF (2018), bottiglie e bottigliette di plastica PET possono impiegare fino a mille anni per smaltirsi, se lasciate in discarica o disperse nell'ambiente.

Spinti, quindi, dall'obiettivo di approfondire le determinanti dei comportamenti pro-ambientali si è voluto indagare il comportamento d'uso delle borracce nella popolazione di adulti non-studenti italiani.

Il fondamento teorico di questo studio è stato il modello della Teoria del Comportamento Pianificato nella sua versione estesa, in particolar modo si è voluto testare il modello classico con i costrutti originali della teoria (atteggiamento, norma soggettiva e controllo comportamentale percepito) ma anche il modello esteso con il costrutto di *self-identity* come persona che usa bottiglia riutilizzabili. Ci si è interessati ad approfondire quindi i precursori dell'intenzione a mettere in atto il comportamento d'uso di queste bottiglie e del comportamento stesso.

Il primo capitolo di questo elaborato tratta i modelli e i costrutti teorici di riferimento. Il secondo capitolo presenta la ricerca che è stata svolta, specificandone gli obiettivi, la procedura, i partecipanti e gli strumenti utilizzati. Nel terzo capitolo si mostrano i risultati dello studio, considerando l'attendibilità delle misure dei costrutti, le statistiche descrittive, le correlazioni e infine le analisi di regressione. Per terminare si presenteranno le conclusioni.

CAPITOLO I: I MODELLI E I COSTRUTTI TEORICI DI RIFERIMENTO

1.1 Teoria dell'Azione Ragionata

La psicologia sociale si è occupata di studiare i fattori che portano all'attuazione di un determinato comportamento, e negli anni sono state sviluppate numerose teorie volte a raggiungere tale fine. In particolare, si è sentita l'esigenza di indagare e spiegare i comportamenti puramente volontari.

Per far ciò, è stata sviluppata la Teoria dell'Azione Ragionata (*Theory of Reasoned Action*, TRA; Ajzen e Fishbein, 1975), alla cui base del ragionamento umano rappresenta il punto di partenza della Teoria: Per Fishbein e Ajzen (1980) prima di mettere in atto un certo comportamento, avviene un processo di analisi ragionata dei fattori coinvolti nella messa in atto del comportamento. Le informazioni e le credenze possedute dall'individuo prese in considerazione durante l'analisi giocano un ruolo fondamentale nella predisposizione ad agire in un certo modo.

Secondo la Teoria dell'Azione Ragionata, la causa prossimale del comportamento è l'intenzione soggettiva a metterlo in atto, ovvero la pianificazione consapevole di uno sforzo.

L'intenzione comportamentale è determinata a sua volta da due fattori: l'atteggiamento verso il comportamento e la norma soggettiva. L'atteggiamento consiste in una valutazione globale di un oggetto con un certo grado di favore o sfavore (Cavazza, 2005); mentre la norma soggettiva è stata definita come la percezione che l'individuo possiede circa le aspettative di altri soggetti relativamente alla messa in atto del comportamento considerato.

Nella descrizione della TRA gli autori sottolineano che l'individuo è in grado di comportarsi in modo coerente con le proprie intenzioni allo scopo di perseguire in maniera efficiente ed efficace i fini desiderati, tenendo sempre in considerazione le aspettative di terzi circa gli stessi (Fishbein e Ajzen; 1980).

Tuttavia, il modello sembrerebbe presentare alcuni limiti nel momento in cui si vuole spiegare quei comportamenti che non dipendono interamente dalla volontà dell'individuo. Si è, quindi, reso necessario proporre uno sviluppo della TRA che permettesse di superare tali limiti della TRA, al fine di spiegare e prevedere anche i comportamenti non del tutto volontari.

1.2 La Teoria del Comportamento Pianificato

Rispetto alla Teoria dell'Azione Ragionata, la Teoria del Comportamento Pianificato (*Theory of Planned Behaviour*, TPB; Ajzen; 1991) aggiunge un ulteriore costrutto che consente di spiegare e prevedere quei comportamenti che non sono completamente sotto il controllo dell'individuo. Tale costrutto è la percezione del controllo sull'azione (*Perceived Behavioural Control*, PBC) che viene anche definita da Ajzen (1991) come la percezione della facilità o difficoltà di attuare un comportamento.

Secondo Ajzen (1991), il livello di controllo che l'individuo possiede sulle proprie azioni può essere rappresentato su un continuum dove ad un estremo si trovano gli atti percepiti come pienamente controllabili e all'altro estremo vi sono gli atti su cui si pensa di avere un controllo pressoché nullo.

Il livello di controllo sulle azioni è influenzato da una gamma di fattori definibili personali e situazionali; i primi sarebbero: il possesso delle informazioni e abilità necessarie a mettere in atto un certo comportamento, le emozioni e pulsioni; mentre i fattori situazionali sarebbero le opportunità di cui la persona dispone per mettere in atto un certo comportamento e la dipendenza da altri.

Secondo la TPB, l'intenzione soggettiva di compiere un certo comportamento viene prevista a partire da tre costrutti: l'atteggiamento verso il comportamento, la norma soggettiva e il controllo comportamentale percepito come mostrato in Figura 1.

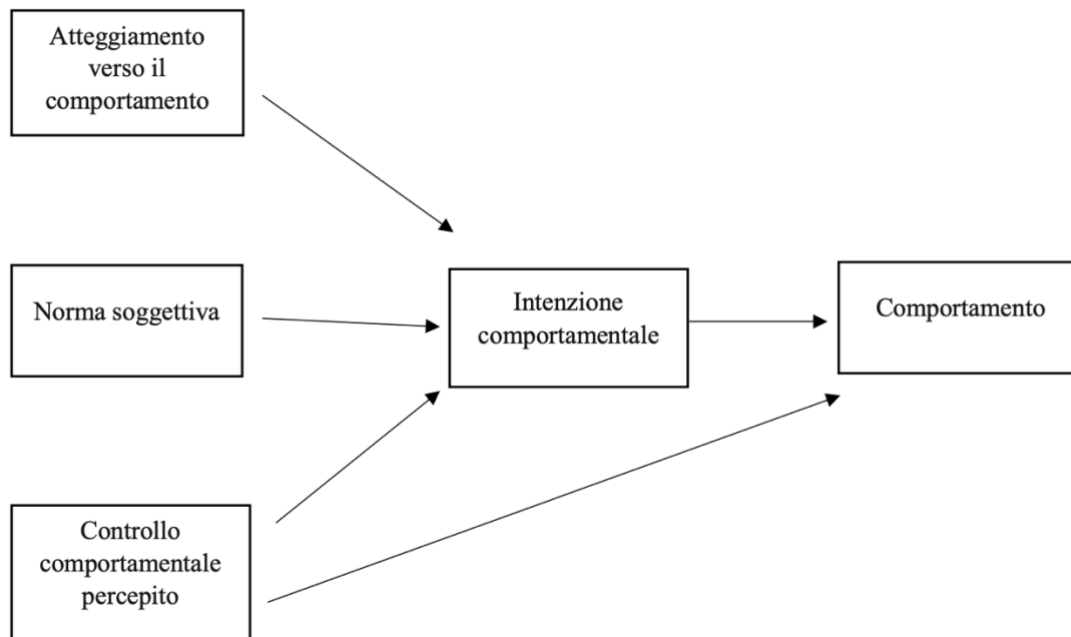


Figura 1: Teoria del Comportamento Pianificato

Secondo la TPB, come si vede in Figura 1, l'atteggiamento verso il comportamento, la norma soggettiva e il controllo comportamentale percepito influenzano l'intenzione comportamentale.

Il controllo comportamentale percepito, assente nella TRA, influenza direttamente l'intenzione comportamentale, ma mostra anche un effetto indiretto sull'attuazione del comportamento, mediato dall'intenzione. Quindi, se un individuo percepisce di avere scarso controllo su un comportamento, tenderà ad essere insufficientemente motivato/intenzionato a metterlo in atto, anche in presenza di un atteggiamento favorevole e di una percezione di pressione sociale. D'altro canto, una persona potrebbe essere sufficientemente motivata o intenzionata a realizzare un comportamento se lo valuta in maniera positiva, se percepisce una pressione sociale ad esercitarlo e crede sia di facile realizzazione.

L'effetto diretto del controllo comportamentale percepito sul comportamento, in aggiunta all'effetto indiretto, è fondato sull'assunzione che la realizzazione di un comportamento dipende non esclusivamente dalla motivazione (o intenzione), ma anche da quanto il comportamento è considerato sotto il controllo della persona.

Il controllo comportamentale percepito è concettualmente simile al costrutto di *self-efficacy* proposto da Bandura (1986). La *self-efficacy*, infatti, si riferisce alla convinzione delle persone di avere la capacità di organizzare e realizzare il corso di eventi necessario per gestire in maniera

adeguata le situazioni che si potrebbero verificare, quando si tenta di raggiungere gli obiettivi prefissati.

Secondo Fishbein e Ajzen (2010), la *self-efficacy* e il controllo comportamentale percepito sono due aspetti inscindibili della percezione soggettiva del controllo che può essere concettualizzata come il grado in cui gli individui credono di avere il controllo, di avere le capacità di mettere in atto un dato comportamento.

Alla TPB si può attribuire il merito di aver inserito i due costrutti di *self-efficacy* e di controllo comportamentale percepito all'interno della struttura intesa delle relazioni tra credenze, atteggiamento, intenzione e comportamento.

Riassumendo, l'intenzione di svolgere un determinato comportamento dipende dal modo in cui esso viene valutato, dalla percezione dell'individuo circa il fatto che altre persone importanti per lui/lei pensino che debba essere attuato o meno lo specifico comportamento, ed infine da quanto controllo l'individuo stima di avere su tale comportamento.

In particolar modo, l'aggiunta di controllo comportamentale percepito migliora in modo considerevole il potere predittivo della TRA, soprattutto quando si vogliono spiegare comportamenti non pienamente sotto il controllo dell'individuo (Ajzen e Madden, 1986; 1988; Ajzen, 1991).

Come gli altri costrutti della TPB, la misurazione del controllo comportamentale percepito dovrebbe avvenire seguendo il principio di compatibilità (Ajzen e Fishbein, 1977), secondo il quale la coerenza tra due indicatori di una data disposizione è funzione del grado con cui gli indicatori valutano la disposizione a uno stesso livello di generalità o specificità degli elementi Target, Azione, Contesto e Tempo in cui si esegue l'azione. Per cui, tanto più gli elementi compresi nella risposta verbale (atteggiamento) sono simili agli elementi della risposta non verbale (comportamento), tanto più forte sarà la relazione statistica fra i due (Ajzen, 1989).

Nel corso degli anni, sono state condotte da diversi autori alcune metanalisi; in particolare Conner e Sparks (2005) nella loro metanalisi condotta su dati ottenuti da alcune metanalisi sulla TRA e TPB hanno trovato che l'intenzione e il controllo comportamentale percepito spiegano il 25.6% della varianza del comportamento; mentre l'atteggiamento verso il comportamento, la norma soggettiva e il controllo comportamentale percepito spiegano il 33.7% della varianza dell'intenzione.

Tuttavia, dalle metanalisi della TPB emergono alcune criticità, in particolare le numerose applicazioni della TRA e della TPB si basano su misure *self-report* del comportamento, le quali possono essere distorte dagli stessi rispondenti al fine di presentare se stessi in maniera socialmente più desiderabile.

Inoltre, alcuni studi hanno mostrato la presenza di effetti diretti, non mediati dalle variabili di background, sulle intenzioni e sul comportamento. Tali fattori di background possono essere: variabili demografiche (ad esempio: età, genere, occupazione), disposizioni generali come tratti di personalità, gli atteggiamenti generali, influenze ambientali (accesso alle risorse, ambiente fisico) ed informazioni (esperienza, conoscenza ed esposizione ai media).

Secondo Fishbein e Ajzen (2005), i fattori di background dovrebbero influenzare le intenzioni e il comportamento in maniera indiretta, attraverso le credenze comportamentali, normative e di controllo che fanno riferimento al modello aspettativa-valore (Cavazza, 2005).

1.3 Il Comportamento passato e la *Self-Identity*

Recentemente la TPB è stata estesa inserendo alcuni costrutti non presenti nella TPB originale che possono migliorare il potere predittivo della teoria.

Da questo punto di vista, il comportamento passato può avere un ruolo centrale nella previsione dell'intenzione di mettere in atto un determinato comportamento. Nello specifico, il comportamento passato viene definito come la ripetuta esecuzione di un determinato comportamento che permette di spiegare tale comportamento grazie a un processo automatico, piuttosto che ragionato.

Il costrutto di *self-identity* è stato definito, da Conner e Armitage (1998), come la parte saliente dell'attore che si riferisce a un determinato comportamento. Gli autori, inoltre, affermano che tale costrutto possa essere inteso come le caratteristiche durature che le persone si attribuiscono.

La relazione tra *self-identity* e intenzione comportamentale è stata ipotizzata a partire dalla teoria dell'identità (Stryker, 1968, 1980, 1987), nella quale il sé viene considerato come un costrutto sociale, ovvero un insieme di identità legate ai diversi ruoli che ogni persona assume nei contesti sociali in cui è inserita. A sua volta, un ruolo può essere considerato come le aspettative relative al comportamento appropriato ad un determinato ruolo (Simon, 1992); si presume, quindi, che l'insieme dei comportamenti che l'individuo mette in atto siano stati

interiorizzati come identità di ruolo, pertanto più l'identità è saliente, più si svilupperà l'intenzione di attuare comportamenti che sono in relazione con tale ruolo (Charng et al., 1988).

La *self-identity* si è mostrata in grado di migliorare il potere predittivo della TPB (Conner e Armitage, 2002); nello specifico più un'identità di ruolo risulta essere saliente per l'individuo, più sarà probabile che si sviluppi l'intenzione ad attuare comportamenti che sono in relazione con il suddetto ruolo (Charng et al., 1998). La *self-identity*, quindi, può influenzare le intenzioni, in quanto l'esecuzione di un certo comportamento consente di convalidare il concetto di sé, e aiuta a sviluppare una valutazione di sé positiva e significativa (Terry, Hogg e Duck, 1999). Dalla metanalisi di Conner e Armitage (1998), è emerso che la *self-identity* incrementa dell'1% la varianza dell'intenzione, dopo aver considerato le variabili presenti nel modello della TPB.

Brouwer e Mosack (2015) nel loro studio hanno trovato che la *self-identity* come persona che mangia sano è una determinante significativa delle intenzioni di mangiar sano e dei comportamenti di mangiar sano in generale, del consumo di frutta e del consumo di cibi a basso contenuto di grassi.

Nelle loro metanalisi Rise, Sheeran e Hukkelberg (2010) affermano che la *self-identity* può essere considerata un predittore significativo delle intenzioni e del comportamento; nello specifico gli autori riportano che l'aggiunta di tale costrutto nel modello della TPB spiega un ulteriore 6% della varianza delle intenzioni e il 2% in più della varianza del comportamento.

Fishbein e Ajzen (2010) sostengono però che le misure di *self-identity* potrebbero coincidere con una misura del comportamento passato e quindi i due costrutti si sovrapporrebbero, poiché gli individui potrebbero inferire le loro identità di ruolo considerando il comportamento da loro tenuto nel passato. Se si vogliono testare gli effetti della *self-identity* all'interno della TPB, bisognerebbe controllare anche il comportamento passato, allo scopo di mostrare che i suoi effetti sono indipendenti.

Dalla ricerca condotta da Carfora, Caso e Conner (2016) sul comportamento di consumo di cinque porzioni di frutta e verdura al giorno, emerge che l'atteggiamento e la *self-identity* influenzano l'intenzione; allo stesso tempo il controllo comportamentale percepito ha un forte effetto su di essa. Inoltre, risulta che il comportamento passato e la norma soggettiva non influenzino significativamente l'intenzione di consumare frutta e verdura. Gli autori concludono che l'intenzione, la *self-identity* e il comportamento passato hanno effetti diretti sul comportamento. Nel complesso il modello spiega il 49% della varianza dell'intenzione e il 22%

della varianza del comportamento. L'intenzione media gli effetti dell'atteggiamento e del controllo comportamentale percepito sul comportamento. Inoltre, il comportamento passato ha un effetto diretto sullo stesso; mentre la *self-identity* influenza sia indirettamente che direttamente, attraverso l'intenzione, il comportamento di mangiare frutta e verdura.

Nello studio condotto da Canova et al. (2020) sul comportamento di consumo di tre porzioni di frutta fresca al giorno di adulti e studenti universitari italiani si è testato la validità di un modello della TPB estesa con il comportamento passato e la *self-identity* come persona che mangia sano, applicato al consumo di tre porzioni di frutta fresca. Gli autori prevedono che, dopo aver controllato i costrutti della TPB, il comportamento passato e la *self-identity* spieghino ulteriori quote di varianza dell'intenzione e del comportamento e che influenzino entrambe le variabili. Inoltre, gli autori sostengono che gli effetti diretti del comportamento passato sul comportamento futuro possono riflettere processi non consapevoli, mentre gli effetti indiretti del comportamento passato su quello futuro, che passano attraverso le variabili socio-cognitive della TPB, possono rappresentare processi ragionati. Essi sostengono che quando il comportamento target è eseguito frequentemente, come nel caso del consumo quotidiano di frutta, creando un'abitudine, è probabile che il comportamento passato eserciti effetti diretti più ampi sulle intenzioni e sul comportamento futuro (Hagger et al., 2018).

I risultati di questo studio mostrano che il modello originale della TPB spiega, per gli adulti, il 79% della varianza dell'intenzione ed il 49% della varianza del comportamento relativo al consumo di frutta; per gli studenti, spiega rispettivamente il 73% e il 56% della varianza.

Di seguito, la *self-identity* è associata all'intenzione per entrambi i campioni ed agisce come predittore indipendente dell'intenzione, insieme ai costrutti della TPB e al comportamento passato, tuttavia la *self-identity* non ha effetti diretti e indiretti sul comportamento; mentre il controllo comportamentale percepito, in entrambi i campioni, risulta essere il predittore più forte dell'intenzione, ma non influenza direttamente il comportamento. L'analisi multigruppo ha mostrato che i processi alla base della formazione dell'intenzione e dell'esecuzione del comportamento sono invariati tra i due gruppi.

CAPITOLO II: LA RICERCA

2.1 Obiettivi della ricerca

La seguente ricerca si propone di testare la Teoria del comportamento pianificato (Ajzen; 1991), nella sua concezione classica, al fine di esplorare come si formano le intenzioni di mettere in atto uno specifico comportamento pro-ambientale, ovvero l'utilizzo delle bottiglie riutilizzabili riempite più volte. Nel nostro studio abbiamo usato una misura del comportamento auto-riferito, raccogliendo i dati in due fasi distinte a distanza di un mese l'una dall'altra. Ci si propone inoltre di testare un modello esteso della TPB in cui è stata introdotta un'ulteriore variabile, non presente nel modello classico, cioè la *self-identity* come persona che usa bottiglie riutilizzabili.

2.2 Procedura e partecipanti

La ricerca si è svolta in due momenti tra Settembre 2021 e Gennaio 2023.

Nella prima fase di ricerca è stato somministrato un questionario più lungo ad un campione più ampio di persone; successivamente nella seconda e ultima fase, è stato somministrato un secondo questionario al medesimo campione di ricerca di persone che sono state ricontattate ad un mese di distanza dalla prima fase con lo scopo di rilevare il comportamento d'uso adottato nel mese precedente.

2.2.1 Prima fase

I rispondenti che hanno partecipato alla prima fase di ricerca sono stati 621 adulti non-studenti. In particolare, il campione era composto da 348 donne (56%) e da 266 uomini (42.8%) e un partecipante ha dichiarato di non voler rispondere (0.02%), mentre 6 persone non hanno indicato il genere (1.0%). L'età dei rispondenti varia tra i 18 e gli 80 anni, con una media di 41.67 e una deviazione standard di 14.39 (6 partecipanti non hanno fornito questa informazione).

In merito al titolo di studio, il 50.2 % (N=312) dei partecipanti dichiara di possedere un diploma di scuola media superiore, il 34.8% (N=216) è in possesso di una laurea o più, il 13.2% (N=82) ha un diploma di scuola media inferiore, mentre lo 0.8% (N=5) possiede la licenza elementare; sei persone (1.0%) non hanno risposto.

Per quanto riguarda l'occupazione, il 31.6% (N=196) dichiara di essere un impiegato/a, tecnico/a, il 12.6% (N=78) un imprenditore/trice, libero/a professionista, il 9.2% (N=57) insegnante, educatore/trice, il 7.4% (N=46) un operaio/a, bracciante, il 7.1% (N=44) un addetto al commercio e alla ristorazione, il 6.4% (N=40) studente/essa anche se lavoratore, il 5.2%

(N=32) infermiere/a, operatore/trice sanitario, il 4.7% (N=29) casalinga, il 4.5% (N=28) pensionato/a, il 2.7% (N=17) dichiara di essere non occupato/a, cassaintegrato/a, tirocinante, stagista o lavoratore/trice socialmente utile, il 2.7% (N=17) dirigente medico ospedaliero, professore/essa universitario o magistrato, il 2.7% (N=17) artigiano, commerciante, l'1.3% (N=8) agricoltore, coltivatore diretto, lo 0.6% (N=4) militare e addetto alla sicurezza, lo 0.2% (N=1) dichiara di svolgere altro lavoro ed infine l'1.1% (N=7) non ha risposto.

Il 62.2% (N=386) dei partecipanti alla prima fase di ricerca risiede in Veneto, il 16.1% (N=100) in Trentino Alto-Adige, il 5.3% (N=33) vive in Lombardia, il 3.2% (N=20) in Emilia-Romagna, il 2.9% (N=18) in Friuli-Venezia Giulia, il 2.3% (N=14) in Toscana, l'1.1% (N=7) risiede in Campania, l'1.0% (N=6) in Lazio, l'1.0% (N=6) vive in Piemonte, lo 0.8% (N=5) in Sardegna, lo 0.8% (N=5) nelle Marche, lo 0.6% (N=4) in Liguria, lo 0.3% (N=2) risiede in Puglia, lo 0.3% (N=2) in Abruzzo, lo 0.2% (N=1) in Basilicata, lo 0.2% (N=1) in Calabria; l'1.8% (N=11) non ha risposto.

Per quanto riguarda il reddito mensile netto della famiglia, il 17.6% (N=109) dichiara di percepire da 2501 a 3000 euro, il 16.9% (N=105) da 1501 a 2000 euro, il 15.1% (N=94) da 3001 a 4000 euro, il 13.8% (N=86) da 2001 a 2500 euro, 12.6 % (N=78) più di 4000 euro, il 12.4% (N=77) da 1001 a 1500 euro, il 4.3% (N=27) percepisce da 501 a 1000 euro, lo 0.8% (N=5) dichiara di percepire fino a 500 euro, mentre il 6.4% (N=40) non ha risposto.

2.2.2 Seconda fase

Le persone che hanno partecipato alla seconda fase della ricerca sono 371 adulti non-studenti, di cui il 58% (N=215) donne, il 42% (N=156) uomini. L'età di questi partecipanti oscilla tra i 18 e i 75 anni, con una media di 42.34 e una deviazione standard di 14.04.

Per quanto riguarda il titolo di studio, il 50.4% (N=187) dichiara di essere in possesso di un diploma di scuola media superiore, il 35.8% (N=133) è in possesso di una laurea o più, il 12.9% (N=48) ha un diploma di scuola media inferiore, mentre lo 0.8 (N=3) possiede la licenza elementare.

In merito all'occupazione, il 33.7% dichiara di essere un impiegato, l'11.1% (N=41) imprenditore/trice, libero/a professionista, il 9.2% (N=34) insegnante, educatore/trice, il 7.3% (N=27) studente/essa anche se lavoratore, il 7.0% (N=26) operaio/a, bracciante, il 6.5% (N=24) casalinga, il 5.7% (N=21) infermiere/a, operatore/trice sanitario, il 5.1% (N=19) addetti al

commercio e alla ristorazione, il 4.9% (N=18) pensionato/a, il 2.7% (N=10) dichiara di non essere occupato/a, cassaintegrato/a, tirocinante, stagista o lavoratore/trice socialmente utile, il 2.4% (N=9) dichiara di essere dirigente medico ospedaliero, professore/essa universitario, magistrato, l'1.9% (N=7) agricoltore, coltivatore diretto, l'1.6% (N=6) artigiano o commerciante e l'1.1% (N=4) è un militare e addetto alla sicurezza.

Il 63.6% (N=236) dei partecipanti alla seconda fase di ricerca risiede in Veneto, il 14.3% (N=53) in Trentino Alto-Adige, il 5.7% (N=21) vive in Lombardia, il 3.2% (N=12) in Emilia-Romagna, il 3.2% (N=12) in Friuli-Venezia Giulia, il 3.0% (N=11) in Toscana, l'1.3% (N=5) risiede in Campania, l'1.1% (N=4) in Piemonte, lo 0.8% (N=3) vive in Lazio, lo 0.8% (N=3) in Sardegna, lo 0.8% (N=3) nelle Marche, lo 0.8% (N=3) in Liguria, lo 0.3% (N=1) risiede in Puglia, lo 0.3% (N=1) in Abruzzo, lo 0.3% (N=1) in Basilicata, lo 0.3% (N=1) in Calabria; lo 0.3% (N=1) non ha risposto.

Per quanto riguarda il reddito mensile netto della famiglia, il 18.9% (N=70) dichiara di percepire tra 2501 e i 3000 euro, il 17.3% (N=64) tra 3001 e i 4000 euro, il 16.7% (N=62) tra 1501 e i 2000 euro, il 14.0% (N=52) tra 2001 e i 2500 euro, 12.1% (N=45) percepisce più di 4000 euro, il 12.1% (N=45) tra 1001 e i 1500 euro, il 5.1% (N=19) percepisce tra 501 e i 1000 euro, lo 0.5% (N=2) dichiara di percepire fino a 500 euro al mese, mentre il 3.2% (N=12) non ha risposto.

2.3 Strumenti

2.3.1 La prima fase

Il questionario della prima fase della ricerca longitudinale è stato somministrato online; ai partecipanti veniva spedita una lettera di presentazione dello studio e il link per accedere al questionario.

Nella lettera di presentazione venivano fornite alcune informazioni per la compilazione, dove si spiegava ai partecipanti che lo studio aveva lo scopo di indagare le intenzioni di mettere in atto un comportamento specifico, ovvero l'uso delle bottiglie riutilizzabili più volte, per bere fuori casa (ad esempio, una bottiglia di metallo o di plastica dura). Si specificava, inoltre, che la bottiglia poteva contenere qualsiasi tipo di bevanda, ad esempio, acqua o altre bibite e che erano escluse le bottiglie di plastica monouso, anche se riempite più volte. I partecipanti erano avvisati del fatto che era previsto un secondo questionario da compilare dopo circa un mese. Per associare il primo questionario al secondo, è stato chiesto ai partecipanti, al termine della

compilazione del primo questionario, di creare un codice alfanumerico, con le prime tre lettere del nome e il giorno e il mese di nascita.

Al fine di non compromettere la validità della ricerca, veniva chiesto di rispondere in maniera sincera e di svolgere questo compito senza l'interferenza di altre persone. Si garantiva che i dati sarebbero rimasti anonimi nel rispetto del Codice in materia di protezione dei dati personali (D. Lgs. 101/2018) e che tali dati sarebbero stati usati assieme a quelli di altre persone per le analisi statistiche. Veniva ricordato che la partecipazione era volontaria e che poteva essere interrotta in qualsiasi momento, senza fornire alcuna motivazione e senza incorrere in alcuna penalizzazione. A fondo pagina, veniva presentato il link per accedere al questionario.

Nel questionario on-line della prima fase, sono stati presentati due item che facevano riferimento al comportamento passato. Le domande erano due: "Nell'ultimo mese, lei personalmente ha usato una bottiglia riempibile più volte per bere fuori casa?"; la scala di risposta andava da 1 "No, mai" a 5 "Sì, molto spesso"; la seconda domanda era: "Nell'ultimo mese, lei personalmente quanto spesso ha usato una bottiglia riempibile più volte per bere fuori casa?", anche in questo caso la scala di risposta andava da 1 "Mai" a 5 "Ogni giorno o quasi".

L'atteggiamento nei confronti dell'uso di una bottiglia riutilizzabile per bere fuori casa nel prossimo mese è stato misurato attraverso un differenziale semantico formato da sei coppie di aggettivi di significato opposto: "spiacevole/piacevole", "stupido, intelligente", "desiderabile/indesiderabile", "benefico/nocivo", "inutile/utile", "negativo/positivo". La scala di risposta era a 7 punti, i cui estremi erano rappresentati dagli aggettivi di significato opposto, qui sopra presentati.

La norma soggettiva è stata rilevata con l'ausilio di tre item: "La maggior parte delle persone importanti per me (familiari, amici, conoscenti, partner) pensa che dovrei usare una bottiglia riempibile più volte per bere fuori casa nel prossimo mese", "La maggior parte delle persone importanti per me (familiari, amici, conoscenti, partner) vorrebbe che io usassi una bottiglia riempibile più volte per bere fuori casa nel prossimo mese", "La maggior parte delle persone importanti per me (familiari, amici, conoscenti, partner) mi incoraggia ad usare una bottiglia riempibile più volte per bere fuori casa nel prossimo mese". I partecipanti dovevano rispondere esprimendo il loro grado di accordo con le affermazioni sopra riportate attraverso una scala Likert a 5 punti, in cui 1 stava per "Molto in disaccordo" e 5 stava per "Molto in accordo".

Il controllo comportamentale percepito è stato rilevato grazie a tre item. I primi due erano: “Usare una bottiglia riempibile più volte per bere fuori casa nel prossimo mese è per me un comportamento facile da realizzare” e “Usare una bottiglia riempibile più volte per bere fuori casa nel prossimo mese è un comportamento sotto il mio controllo”. I partecipanti erano chiamati a esprimere il loro grado di accordo su una scala Likert a 5 punti, dove 1 stava per “Molto in disaccordo” e 5 stava per “Molto in accordo”. Il terzo item, invece, chiedeva: “Quanto controllo pensa di avere sul fatto di usare una bottiglia riempibile più volte per bere fuori casa nel prossimo mese?”. La scala di risposta andava da 1 “Nessun controllo” a 5 “Controllo completo”.

L’intenzione è stata rilevata attraverso tre item. Il primo item era: “Intendo usare una bottiglia riempibile più volte per bere fuori casa nel prossimo mese”; la scala di risposta a questo item andava da 1 “Molto in disaccordo” a 5 “Molto d’accordo”. Nelle successive domande veniva chiesto ai partecipanti la probabilità che si maturasse l’intenzione di usare delle bottiglie riutilizzabili per bere fuori casa nel prossimo mese e quanto probabile mettessero effettivamente in atto tale comportamento. I partecipanti alla ricerca dovevano rispondere attraverso una scala a 5 punti, in cui 1 sta per “Molto improbabile” e 5 per “Molto probabile”.

Quattro item del questionario rilevavano il costrutto di *self-identity* come persona che utilizza bottiglie riutilizzabili. Ai partecipanti è stato chiesto il loro grado di accordo e disaccordo rispetto ad una serie di affermazioni; la scala di risposta utilizzata era a 5 punti, in cui 1 indicava “Molto in disaccordo” e 5 “Molto d’accordo”. Gli item erano: “Mi definirei una persona che è interessata ad usare questo tipo di bottiglie”, “Usare questo tipo di bottiglie è stata una parte importante dell’idea che ho di me stesso/a”, “Penso a me stesso/a come a una persona che usa questo tipo di bottiglie” e “Sono il tipo di persona che usa questo tipo di bottiglie”.

L’ultima parte del questionario era dedicata alla raccolta dei dati socio-anagrafici, come genere, età, titolo di studio, l’attuale occupazione, oltre che la regione di residenza e il reddito mensile familiare.

2.3.2 La seconda fase

A distanza di un mese circa dalla prima somministrazione viene chiesto agli stessi partecipanti coinvolti nella prima fase di ricerca di compilare un ulteriore questionario utile, invece, alla seconda fase della medesima. È stata loro, quindi, inviata una lettera di presentazione dello studio con annesso link per accedere al questionario.

Nella lettera di presentazione, veniva descritto di nuovo il comportamento oggetto della ricerca, ovvero rilevare il comportamento d'uso di una bottiglia riempibile più volte per bere fuori casa, specificando ai partecipanti che dovevano fare riferimento all'ultimo mese trascorso tra la prima somministrazione e la seconda. Anche in questo questionario, veniva specificato che i dati erano anonimi nel rispetto del Codice in materia di protezione dei dati personali (D. Lgs. 101/2018) e che i partecipanti potevano abbandonare la ricerca in qualsiasi momento, senza fornire alcuna spiegazione. A fondo pagina, era presente il link per accedere al questionario.

All'inizio del questionario on-line veniva chiesto ai partecipanti di scrivere il codice alfanumerico che avevano generato nel primo questionario, in modo da collegare poi le risposte fornite in entrambe le fasi di ricerca longitudinale.

I primi due item rilevavano il comportamento auto-riferito, ovvero i rispondenti dovevano riportare se avessero fatto uso di una bottiglia riempibile più volte per bere fuori casa nell'ultimo mese, la scala di risposta a questo item era di 5 punti, in cui 1 stava per "No, mai" e 5 per "Sì, molto spesso", e quanto spesso avessero attuato questo comportamento sempre nell'ultimo mese (la scala di risposta andava da 1 a 5, dove 1 stava per "Mai" e 5 per "Ogni giorno o quasi.")

CAPITOLO III: I RISULTATI

3.1 Attendibilità e statistiche descrittive della TPB estesa

Le analisi che verranno mostrate di seguito sono state condotte su 371 partecipanti che hanno compilato i questionari della prima e della seconda fase di ricerca.

Come prima cosa si è testata l'attendibilità delle misure della TPB estesa mediante il calcolo del coefficiente Alpha di Cronbach (Tabella 1). Gli indici di attendibilità emersi variano tra .82 e .96 e soddisfano il valore soglia .70 (Nunnally, 1978). Le misure dei costrutti considerati nelle analisi risultano affidabili e mostrano un buon grado di coerenza interna.

In seguito, si è proceduto con il calcolo dei punteggi composti ed è stato condotto il t test a campione singolo, con lo scopo di testare la differenza dei punteggi medi dei costrutti dal punto centrale delle rispettive scale di risposta.

Per tutti i costrutti considerati si è trovato che tali medie scostano in modo significativo dal valore centrale della scala di risposta. Dall'esame delle medie di tali costrutti (Tabella 1), si evince che i partecipanti hanno un atteggiamento molto positivo nei confronti dell'uso di bottiglie riutilizzabili più volte, e percepiscono una moderata pressione sociale da parte dei referenti sociali significativi ad usare questa tipologia di bottiglie. Infine, i partecipanti affermano di possedere un buon controllo comportamentale percepito e una moderata intenzione di mettere in atto tale comportamento; le stesse persone, inoltre, si identificano con gli individui che usano questo tipo di bottiglie.

Tabella 1 Attendibilità e statistiche descrittive della TPB estesa (N=371)

Costrutti	N. item	α di Cronbach	Media	D.S.	t (371)	p<
Atteggiamento*	6	.82	6.23	.85	50.56	.001
Norma soggettiva**	3	.85	3.56	.85	12.86	.001
Controllo comportamentale percepito**	3	.83	4.24	.71	33.61	.001
Intenzione**	3	.92	3.57	.85	30.31	.001
Self-identity persona che usa bottiglie riutilizzabili**	4	.91	4.04	.84	23.82	.001
Comportamento T2**	2	.96	3.46	1.41	6.31	.001

*Valore centrale della scala=4 (né spiacevole, né piacevole; né inutile, né utile; né negativo, né positivo; né stupido, né intelligente; né nocivo, né benefico; né indesiderabile, né desiderabile).

**Valore centrale della scala=3 (né improbabile/in disaccordo; né probabile/in accordo; non saprei)

3.1.1 Il comportamento d'uso di una bottiglia riutilizzabile al T2

Relativamente al comportamento d'uso dichiarato nel mese successivo alla prima fase di ricerca, è emerso che il 31.3% dei rispondenti (N=116) ha dichiarato di aver utilizzato molto spesso bottiglie riempibili più volte, il 22.1% delle persone (N=82) ha risposto “alcune volte”, il 21.3% dei partecipanti (N=79) sostiene di aver utilizzato tali bottiglie spesso, il 15.6% (N=58) ha segnato “No, mai” come risposta ed infine il 9.7% (N=36) ha risposto con “molto raramente”.

In merito alla seconda domanda relativa al comportamento d'uso delle bottiglie riutilizzabili, il 32.9% (N=122) dichiara di utilizzare tali bottiglie ogni giorno o quasi, il 28.3% (N=105) più volte a settimana, il 15.6% (N=58) ha dichiarato di non aver mai fatto uso di bottiglie riempibili più volte, il 13.5% (N=50) ha utilizzato tali bottiglie da una a tre volte a settimana durante il mese ed infine il 9.7% (N=36) ha dichiarato di averle utilizzate una volta alla settimana.

Dalla Tabella 1 emerge che nell'ultimo mese i rispondenti dichiarano di aver utilizzato, nel mese trascorso tra la prima e la seconda fase, bottiglie riempibili più volte con una frequenza moderata.

3.2 Le correlazioni

3.2.1 Le correlazioni fra i costrutti del modello esteso della TPB

Come si evince dalla Tabella 2, tutte le correlazioni tra i costrutti del modello esteso della TPB sono significative e positive. Le correlazioni più forti si osservano tra *self-identity* come persona che usa bottiglie riutilizzabili e l'intenzione e tra il controllo comportamentale percepito e l'intenzione. Risultano elevate anche le correlazioni tra *self-identity* come persona che usa bottiglie riempibili più volte e l'atteggiamento e tra l'intenzione e il comportamento rilevato nella seconda fase della ricerca.

Tabella 2 Correlazioni di Pearson del modello originale della TPB (N=371)

Costrutti	Atteggiamento	Norma soggettiva	Controllo comportamentale percepito	Intenzione	Self-identity come persona che usa bottiglie riutilizzabili	Comportamento T2
Atteggiamento	-					
Norma soggettiva	.32**	-				
Controllo comportamentale percepito	.46**	.25**	-			
Intenzione	.63**	.32**	.65**	-		
Self-identity come persona che usa bottiglie riutilizzabili	.63**	.41**	.55**	.71**	-	
Comportamento T2	.48**	.23**	.56**	.64**	.55**	-

** $p < .001$

3.2.2 *Le correlazioni dei costrutti della TPB estesa con genere, età e reddito*

Sono state esaminate le correlazioni tra i costrutti del modello esteso della TPB e le variabili di genere, età e reddito. La variabile genere è stata ricodificata in una variabile dummy: al genere maschile è stato assegnato il valore 0 a quello femminile 1.

Dalla Tabella 3 emerge che il genere risulta essere correlato significativamente e in maniera positiva con l'atteggiamento, la norma soggettiva, il controllo comportamentale percepito, l'intenzione, la *self-identity* come persona che usa bottiglie riutilizzabili, il comportamento. Nello specifico, le donne, rispetto agli uomini, dichiarano di aver usato più spesso nell'ultimo mese una bottiglia riutilizzabile, di avere un atteggiamento più positivo verso questo comportamento, di percepire una pressione sociale più forte di eseguire tale atto e di essere più intenzionate a bere fuori casa con l'ausilio di questa tipologia di bottiglie. Le donne intervistate, rispetto agli uomini, considerano più facile eseguire questo comportamento,

Inoltre, l'età è correlata significativamente e positivamente solo con il comportamento dichiarato al T2. Le persone più anziane dichiarano di aver usato meno spesso nell'ultimo mese questo tipo di bottiglie. Il reddito non risulta essere correlato in modo significativo con nessun costrutto della TPB estesa.

Tabella 3 Correlazioni di Pearson tra i costrutti del modello esteso della TPB con genere, età e reddito

Costrutti	Genere (N=371)	Età (N=371)	Reddito (N=371)
Atteggiamento	.19**	-.07	.07
Norma soggettiva	.17**	.10	-.04
Controllo comportamentale percepito	.14**	-.06	.03
Intenzione	.21**	-.05	.06
Self-identity come persona che usa bottiglie riutilizzabili	.22**	.05	-.03
Comportamento T2	.15**	-.17**	-.02
Genere	-		
Età	.03	-	
Reddito	-.10	.03	-

** $p < .01$

3.3 Le analisi di regressione

Mediante analisi di regressione multipla gerarchica, è stato testato il modello della TPB esteso con la *self-identity*; abbiamo utilizzato la procedura bootstrap con mille ricampionamenti, al fine di ottenere, per i coefficienti stimati, intervalli di fiducia al 95%.

3.3.1 Verifica della TPB

Le analisi di regressione multipla gerarchica riportate nelle Tabelle 4 e 5 testano la TPB estesa. In particolare, sono state condotte due analisi di regressione multipla, la prima considera l'intenzione come variabile dipendente, la seconda, invece, il comportamento d'uso delle bottiglie riempibili più volte rilevato dopo un mese dalla prima fase di ricerca (T2).

Nella prima analisi di regressione (Tabella 4), al primo step sono state inserite le variabili genere (ricodificato in una variabile dummy, dove 0=uomo e 1=donna) e l'età; nello step successivo, ossia il secondo, sono stati introdotti i costrutti relativi alla TPB classica, nello specifico: l'atteggiamento, la norma soggettiva e il controllo comportamentale percepito; infine, al terzo step è stata inserita la *self-identity* come persona che usa bottiglie riutilizzabili. I risultati mostrano che al primo step solo il genere non è associato significativamente e positivamente all'intenzione; genere ed età spiegano il 5% della varianza dell'intenzione. Al secondo step, l'inserimento dei costrutti della TPB originale aggiunge il 52.4% di varianza dell'intenzione e fa scomparire l'effetto significativo del genere; al terzo step emerge che l'inserimento di un ulteriore costrutto, ovvero quello di *self-identity* come persona che usa bottiglie riutilizzabili, aggiunge il 6.7% di varianza dell'intenzione.

Tabella 4 Le determinanti dell'intenzione nel modello della TPB estesa con la self-identity
(N=371)

MODELLO	β	t	p<	CI 95%
<i>Step 1</i>				
Genere	.21	4.16	<.001	.19, .55
Età	-.06	-1.91	n.s.	-.01, .002
$R^2 = .05, p < .001$				
<i>Step 2</i>				
Genere	.06	1.79	n.s.	-.01, .24
Età	-.01	-.26	n.s.	-.004, .003
Atteggiamento	.39	9.84	<.001	.29, .50
Norma soggettiva	.07	1.97	n.s.	-.006, .15
Controllo comportamentale percepito	.44	11.33	<.001	.42, .62
$\Delta R^2 = .524, p < .001$				
<i>Step 3</i>				
Genere	.04	1.17	n.s.	-.04, .19
Età	-.04	-1.21	n.s.	-.06, .001
Atteggiamento	.24	5.67	<.001	.13, .34
Norma soggettiva	.01	.14	n.s.	-.06, .07
Controllo comportamentale percepito	.32	8.43	<.001	.23, .51
Self-identity come persona che usa bottiglie riutilizzabili	.38	8.21	<.001	.23, .51
$\Delta R^2 = .067, p < .001$				
$R^2 \text{ totale} = .64, p < .001$				

La Tabella 4 mostra che al terzo step, la *self-identity* come persona che usa bottiglie riutilizzabili risulta essere associata all'intenzione. Nel complesso, il modello della TPB esteso con questo costruito spiega il 64% della varianza dell'intenzione. Nell'ultimo step, i predittori significativi dell'intenzione risultano essere, in ordine di importanza, la *self-identity*, il controllo comportamentale percepito e l'atteggiamento.

Nella Tabella 5, si presenta, invece, la seconda analisi di regressione che considera il comportamento al T2 come variabile dipendente. Anche in questo caso, al primo step sono state inserite le variabili genere (ricodificato in una variabile dummy, dove 0=uomo e 1=donna), al secondo step sono stati introdotti i costrutti relativi alla TPB classica (atteggiamento, norma

soggettiva, controllo comportamentale percepito), al terzo step è stata inserita la *self-identity* come persona che usa bottiglie riutilizzabili ed infine al quarto e ultimo step, è stata introdotta l'intenzione.

Dalle analisi emerge che al primo step solo l'età è significativamente e negativamente associata al comportamento e spiega il 5% della varianza dello stesso. Al secondo step, i costrutti della TPB originale spiegano il 34.8% della varianza del comportamento; in questo step, l'atteggiamento e il controllo comportamentale percepito sono associati significativamente e positivamente al comportamento. Al terzo step è emerso che la *self-identity* come persona che usa bottiglie riutilizzabili e il controllo comportamentale percepito risultano essere associati significativamente e in maniera positiva al comportamento e si registra un aumento del 4.1% della quota di varianza spiegata.

Infine, al quarto step è stata inserita l'intenzione che è associata in modo significativo e positivo al comportamento e aumenta del 4.3% la sua quota di varianza spiegata. Nel complesso, il modello esteso della TPB con il costrutto di *self-identity* come persona che fa uso di bottiglie riempibili più volte spiega il 48% della varianza del comportamento e i predittori significativi nell'ultimo step risultano essere l'intenzione, il controllo comportamentale percepito, la *self-identity* come persona che usa bottiglie riutilizzabili e l'età che mostra una debole relazione significativa e negativa con il comportamento autoriferito.

Tabella 5 Le determinanti del comportamento nel modello esteso della TPB con la self-identity (N=371)

MODELLO	β	t	p<	CI 95%
<i>Step 1</i>				
Genere	.15	3.00	n.s.	.16, .72
Età	-.17	-3.37	<.001	-.03, -.01
$R^2 = .05, p < .001$				
<i>Step 2</i>				
Genere	.03	.87	n.s.	-.12, .34
Età	-.13	-3.14	n.s.	-.02, -.01
Atteggiamento	.26	5.41	<.001	.25, .60
Norma soggettiva	.05	1.19	n.s.	-.04, .23
Controllo comportamentale percepito	.42	9.11	<.001	.67, .02
$\Delta R^2 = .348, p < .001$				
<i>Step 3</i>				
Genere	.02	.41	n.s.	-.18, .28
Età	-.15	-3.81	<.001	-.02, .01
Atteggiamento	.13	2.57	n.s.	.05, .40
Norma soggettiva	.00	-.02	n.s.	.13, .14
Controllo comportamentale percepito	.33	6.87	<.001	.46, .86
<i>Self-identity</i> come persona che usa bottiglie riutilizzabili	.29	5.14	<.001	.28, .67
$\Delta R^2 = .041, p < .001$				
<i>Step 4</i>				
Genere	.00	.09	n.s.	-.20, .23
Età	-.14	-3.61	<.001	-.02, -.01
Atteggiamento	.05	1.00	n.s.	-.09, .27
Norma soggettiva	.00	-.06	n.s.	-.12, .13
Controllo comportamentale percepito	.22	4.30	<.001	.24, .63
<i>Self-identity</i> come persona che usa bottiglie riutilizzabili	.16	2.73	.008	.08, .47
Intenzione	.35	5.51	<.001	.35, .80
$\Delta R^2 = .043, p < .001$				
$R^2 = .48, p < .001$				

CONCLUSIONI

L'obiettivo di questa ricerca è stato quello di testare la validità della Teoria del comportamento pianificato (TPB) applicandola al comportamento di uso di bottiglie riempibili più volte per bere fuori casa. Nello specifico sono stati indagati gli effetti sull'intenzione e sul comportamento di un ulteriore predittore non presente nel modello classico della TPB, ovvero la *self-identity* come persona che usa bottiglie riutilizzabili.

La TPB ipotizza che il comportamento sia determinato dall'intenzione, ossia dalla motivazione di un individuo ad eseguirlo. L'intenzione risulta essere influenzata da altri costrutti: l'atteggiamento che viene definito come la valutazione globale favorevole o sfavorevole del comportamento preso in considerazione, la norma soggettiva che si considera come la percezione della pressione sociale a mettere in atto tale comportamento e il controllo comportamentale percepito che si definisce come il controllo che le persone sentono di possedere sull'azione. Nella presente ricerca è stato inserito anche il costrutto di *self-identity* come persona che usa bottiglie riutilizzabili, nello specifico si definisce come una determinante saliente della persona relativa a tale comportamento indagato.

La ricerca si è svolta in due fasi, a distanza di un mese l'una dall'altra. Nella prima fase è stato somministrato un questionario in cui erano presenti tutti i costrutti indagati (atteggiamento, norma soggettiva, controllo comportamentale percepito, intenzione e *self-identity*). Nella seconda fase, sono state ricontattate le stesse persone che avevano partecipato alla prima fase ed è stato somministrato loro il secondo questionario. Sono stati contattati nella prima fase 621 adulti italiani, di questi solo 371 (59.7%) hanno compilato anche il secondo questionario.

I risultati mostrano che le misure dei costrutti della TPB estesa sono attendibili.

Le analisi di correlazione mostrano che le donne rispetto agli uomini presentano un atteggiamento più positivo verso l'uso delle bottiglie riutilizzabili e dichiarano di aver messo in atto questo comportamento più spesso nel mese successivo al primo questionario. Le donne dichiarano di percepire una maggiore pressione sociale nell'attuare questo tipo di comportamento e si mostrano maggiormente intenzionate a metterlo in atto.

Sono state condotte due analisi di regressione multipla al fine di testare il modello della TPB estesa con la *self-identity* come persona che usa bottiglie riutilizzabili. Dalla prima analisi, in cui l'intenzione ricopriva il ruolo di variabile dipendente, è emerso che la TPB classica non è

del tutto confermata: solo l'atteggiamento e il controllo comportamentale percepito hanno un effetto significativo sull'intenzione. La *self-identity* come persona che usa bottiglie riempibili più volte è anch'essa associata all'intenzione e migliora in modo significativo la quota di varianza spiegata. Nel complesso il modello spiega il 64% della varianza dell'intenzione.

I risultati della seconda analisi, dove la variabile dipendente presa in considerazione è stato il comportamento, mostrano che l'età è associata in maniera significativa e negativa al comportamento. I costrutti della TPB originale spiegano il 34.8% della varianza del comportamento, in particolare l'atteggiamento e il controllo comportamentale percepito risultano essere associati significativamente e positivamente con il comportamento; la *self-identity* come persona che usa bottiglie riutilizzabili è anch'essa associata in maniera significativa e positiva con il comportamento e spiega un ulteriore 4.1% della quota di varianza spiegata dello stesso. L'intenzione, presente nell'ultimo step di analisi, la *self-identity* e il controllo comportamentale percepito sono associati significativamente e positivamente al comportamento autoriferito. Nel complesso il modello esteso della TPB con la *self-identity* spiega il 48% della varianza del comportamento indagato.

La ricerca presenta dei limiti, nello specifico il campione intervistato è un campione di convenienza che potrebbe non essere rappresentativo della popolazione di adulti italiani di riferimento. Un ulteriore limite della ricerca risiede nella misurazione del comportamento, misurato attraverso item *self-report*, probabilmente soggetti a bias di desiderabilità sociale o bias relativi all'approvazione sociale. Inoltre, questo studio è di tipo correlazionale e quindi non consente di trarre inferenze di natura causale.

Dal punto di vista applicativo, si potrebbe promuovere la *self-identity* come persona che usa bottiglie riutilizzabili per sviluppare l'intenzione ed il comportamento d'uso di questo tipo di bottiglie anche nella popolazione più anziana.

BIBLIOGRAFIA

- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Milton Keynes: Open University Press.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of Empirical research. *Psychological Bulletin*, 84, 888-918.
- Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Predicting of goal direct behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453-474.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (1999a). Distinguishing perceptions of control from behavior: predicting consumption of low-fat diet using the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 29, 72-90.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (1999b). Predictive validity of the theory of planned behavior: the role of questionnaire format and social desirability. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 9, 261-272.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (1999c). The theory of planned behaviour: assessment of predictive validity and perceived control. *British Journal of Social Psychology*, 38, 35-54.
- Brouwer, K.E., & Mosack, A.M. (2015). Motivating healthy diet behaviors: the self-as-doer identity. *Nutrition & Food Science*, 45, 39-53.
- Canova, L., Bobbio, A., & Manganelli, A.M. (2020). *Predicting fruit consumption: A multi-group application of the Theory of Planned Behavior*, *Appetite*, 145, 3-11.*
- Carfora, V., Caso, D., & Conner, M. (2016) The role of self-identity in predicting fruit and vegetable intake. *Appetite*, 106, 23-29.*
- Cavazza N. (2005). *Psicologia degli atteggiamenti e delle opinioni*. Bologna: Il Mulino.*
- Charng, H. W., Piliavin, J., & Callero, P. (1988). Role identity and reasoned action in the prediction of repeated behavior. *Social Psychology Quarterly*, 51, 303-317.
- Conner, M. & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behaviour: a review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, 1429-1464
- Conner, M., & Armitage, C. J. (2002). *The social psychology of food*. Open University Press.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing Behavior: The reasoned action approach*. New York: Taylor and Francis Group.

Hagger, M. S., Polet, J., & Lintunen, T. (2018). The reasoned action approach applied to health behavior: Role of past behavior and test of some key moderators using metanalytic structural equation modeling. *Social Science & Medicine*, 213, 85-94.

Nunnally, J.C. (1978) Psychometric theory. 2nd Edition, McGraw-Hill, New York.

Rise, J., Sheeran, P., & Hukkelberg, S. (2010). The role of self-identity in the theory of planned behavior: a meta-analysis. *Journal of Applied Social Psychology*, 40, 1085-1105.

Simon, R. W. (1992). Parental role strains, salience of parental identity, and gender differences in psychological distress. *Journal of Health and Social Behavior*, 33, 25-35.

Stryker, S. (1968). Identity salience and role performance: the importance of symbolic interaction theory for family research. *Journal of Marriage and the Family*, 30, 558-564.

Stryker, S. (1980). Symbolic interactionism: *A social structural version*. Palo Alto, CA: Benjamin/Cummings.

Stryker, S. (1987). Identity theory: developments and extensions. In K. Yardley, & T. Honess (Eds.), *Self and identity* (pp. 89-104). New York: Wiley.

Terry, D. J., Hogg, M. A., & Duck, J. M. (1999). Group membership, social identity, and attitude. In D. Abrams, & M. A. Hogg (Eds.), *Social identity and social cognition* (pp. 280-313). Oxford, UK: Blackwell.

*Testi consultati direttamente.