



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

**Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e
della Socializzazione**

**Corso di laurea magistrale in Psicologia di Comunità, Promozione
del Benessere e Cambiamento Sociale**

Tesi di laurea Magistrale

**L'effetto del moral framing sugli atteggiamenti verso le
disuguaglianze socio-economiche**

The effect of moral framing on attitudes towards social-economic inequalities

Relatrice

Prof.ssa Luciana Carraro

Correlatrice

Dott.ssa Alessia Valmori

Laureanda: Benedetti Laura

Matricola: 2016919

Anno Accademico 2021-2022

INDICE

Abstract.....	6
Introduzione.....	8
Capitolo 1: L'Ideologia Politica	11
1.1 L'orientamento politico: la destra e la sinistra	12
1.1.1 Modello duale dell'ideologia.....	13
1.1.2 Modello di ideologia politica come cognizione sociale	14
1.2 Le disuguaglianze socioeconomiche	15
1.3 L'ideologia politica e la sensibilità alla minaccia	17
1.4 L'ideologia politica e il sistema di valori	18
1.4.1 Il sistema di valori di Schwartz	18
1.4.2 Il modello dei fondamenti morali	20
1.5 Il <i>framing</i> nella comunicazione politica	21
1.5.1 Il <i>moral framing</i>	22
Capitolo 2: Metodologia.....	25
2.1 Obiettivi dello studio	25
2.2 Partecipanti	26
2.3 Procedura.....	27
2.3.1 Variabili pre-manipolazione.....	28
Lo Status Socioeconomico (SES).....	28
La Scala di Orientamento Politico.....	29
La scala RWA.....	29
La scala SDO.....	30
Moral Foundation Questionnaire – Rilevanza (MFQ-R)	30
Vicinanza Psicologia	31
2.3.1 Manipolazione sperimentale: il video	31
2.3.2.1 Studio <i>pre-test</i> del video.....	33
2.3.1 Variabili post-manipolazione	35

Economic System Justification Scale (ESJ)	36
Leader	36
La scala delle Conseguenze.....	36
2.4 Il compito VAAST: <i>Visual Approach/Avoidance by the Self Task</i>	37
2.4.1 Studio <i>pre test</i> immagini	40
Capitolo 3: Risultati.....	42
3.1 Analisi dei dati.....	42
3.2 Correlazioni	43
3.3 Verifica delle ipotesi.....	45
3.3.1 Variabili esplicite.....	45
Economic System Justification Scale (ESJ)	45
Leader	46
Conseguenze.....	47
3.3.1 Variabile implicita	49
Condizione di controllo	51
Condizione frame Individualizing.....	52
Condizione frame Binding	53
Capitolo 4: Conclusioni	57
4.1 Discussione.....	57
4.1.2 Limiti dello studio e direzioni future.....	59
Bibliografia.....	62
Sitografia.....	66
Ringraziamenti.....	67
Appendice.....	69

Abstract

L'obiettivo del seguente studio consiste nell'indagare se un diverso *framing* morale nella presentazione di una minaccia riguardo le disuguaglianze socioeconomiche, possa modificare l'atteggiamento esplicito ed implicito delle persone verso una maggiore preoccupazione verso tale minaccia, specialmente nelle persone con ideologia di destra, poiché si ipotizza che le persone di sinistra ne siano già più preoccupate. Lo studio prevedeva tre condizioni sperimentali, di cui una di controllo e due sperimentali, nelle quali è stato manipolato il tipo di frame (*frame binding* vs. *frame individualizing*) di un video relativo alle disuguaglianze socioeconomiche inserito all'interno del questionario somministrato. Alla fine del questionario era anche previsto il compito VAAST per la misurazione implicita degli atteggiamenti.

Dai risultati non è emerso un effetto significativo della manipolazione sperimentale a livello di atteggiamenti espliciti, per cui la presentazione del video con i due diversi *frame* non ha spostato le persone verso una maggiore preoccupazione per le disuguaglianze socioeconomiche. Al contrario, a livello di atteggiamenti impliciti, è emerso che la manipolazione ha avuto un effetto cioè le persone di destra nella condizione *frame binding* hanno preferito maggiormente le immagini di uguaglianza rispetto alle persone di destra nella condizione di controllo e rispetto alle persone di sinistra nella stessa condizione. Inoltre, si è riscontrato che i conservatori mostravano una maggiore preferenza per le immagini di uguaglianza anche nella condizione *individualizing*, rispetto al controllo.

Nella parte finale verranno discussi i risultati e messi in evidenza i limiti e le direzioni future della presente ricerca.

INTRODUZIONE

Negli ultimi due anni, con l'avvento della pandemia da Covid-19, in Italia e nel mondo si sono amplificati ancora di più i divari economici all'interno della società, alimentando così le disuguaglianze socioeconomiche e la creazione di nuovi poveri, i così detti "poveri da Covid" (Oxfam, 2022). Nel 2020, quindi, molte famiglie si sono trovate a dover far ricorso a tutte le risorse economiche a disposizione per affrontare la caduta di reddito causata dalle restrizioni e dal *lockdown*.

Le disparità economiche già esistenti si sono così trasformate in un rischio di veder ancora più peggiorate le condizioni di vita di coloro che vivano già prima in un alto disagio economico, ed infatti così è avvenuto: le stime più recenti effettuate dalla Banca Mondiale sulla povertà estrema a livello mondiale, proiettano ben 97 milioni di nuove persone che nel 2021, a causa del Covid, sono diventate povere (con capacità reddituale o di consumo giornaliera sotto la soglia di 1,90 dollari a PPA del 2011), in un mondo in cui, allo stesso tempo, però, i 10 più ricchi a livello globale impiegherebbero ben 414 anni per spendere tutta la loro ricchezza, calcolando 1 milione di dollari al giorno per ciascuno. Se però da una parte i poveri sono aumentati con la pandemia, dall'altra il patrimonio dei più ricchi non è diminuito ma anzi è aumentato, infatti, nella parte conclusiva del 2021, è stato osservato che la ricchezza netta (cioè la somma di tutti i valori reali e finanziari al netto di tutto l'indebitamento) dei 10 miliardari più ricchi è più che raddoppiata (+119%). Nello specifico, l'1% più ricco ha beneficiato del 38% del surplus di ricchezza, contro appena il 2.3% del surplus che è andato alla metà più povera della popolazione mondiale (Oxfam, 2022).

A fronte delle conseguenze delle disuguaglianze socioeconomiche sopra descritte e dell'espandersi di esse in misura sempre maggiore, la presente ricerca prova a testare una modalità attraverso cui le disuguaglianze socioeconomiche possano essere percepite come più preoccupanti, facendo leva sulle diversità che ci sono fra sinistra e destra riguardo i valori morali (vedi par. 1.4.2). Per fare questo è stato adottato quello che è definito *moral framing*, cioè un modo di inquadrare (*framing*) una notizia o un evento, affinché esso enfatizzi, attraverso specifici valori morali (*moral*), solo alcune informazioni rispetto ad altre (de Vreese, 2005) (si veda par. 1.5). Nello specifico, si è presentato un messaggio riguardante le disuguaglianze socioeconomiche, tramite dei *frame* che tenessero in considerazione i diversi valori morali delle persone di sinistra e delle persone di destra, al fine di sensibilizzarli sulla minaccia delle disuguaglianze socioeconomiche tramite valori morali a loro più affini (si veda par. 2.3.2).

Nell'ambito della ricerca non sono stati ancora effettuati studi specifici che si proponessero di modificare gli atteggiamenti nei confronti della tematica delle disuguaglianze socioeconomiche attraverso l'uso del *moral framing*. Tuttavia, in letteratura ci sono ormai diversi studi che hanno

utilizzato questa tecnica persuasiva per provare a modificare gli atteggiamenti nei confronti di altre tematiche, tra cui il cambiamento climatico (si veda Feinberg & Willer, 2013; Kidwell, Farmer, & Hardesty, 2013; McCright, Charters, Dentzman, & Dietz, 2016; Wolsko, Ariceaga, & Seiden, 2016). Nello specifico, per il presente studio, si è preso in particolare considerazione la ricerca di Wolsko e colleghi (2016), da cui sono emersi risultati incoraggianti sull'uso del *moral framing* e il cambiamento di atteggiamenti. Da questo studio infatti si è osservato che, le persone di destra, quando vedevano un messaggio presentato tramite un *frame* che metteva in risalto i valori morali loro più caratteristici, mostravano atteggiamenti più positivi, in questo caso nei confronti dell'ambiente, rispetto al controllo e rispetto a quando il *frame* del messaggio era caratterizzato da valori morali più tipici delle persone di sinistra. Al contrario, si è osservato che i liberali percepivano come più debole il messaggio presentato con un *frame* che risaltava i valori morali più caratteristici dei conservatori, rispetto allo stesso messaggio che rendeva salienti i valori morali più tipici dell'ideologia di sinistra. Questo risultato suggerisce che un messaggio, in questo caso pro-ambientale, presentato tramite valori morali più specifici dei conservatori o più specifici dei liberali, può avere effetti positivi coerenti sui comportamenti e atteggiamenti.

Sulla base dei buoni risultati emersi dalla ricerca sopra descritta e applicando la medesima procedura sperimentale, è stato sviluppato il seguente studio, allo scopo di motivare le persone ad adottare atteggiamenti più positivi nei confronti dell'uguaglianza socio-economica.

CAPITOLO 1

L'IDEOLOGIA POLITICA

Il termine ideologia politica è uno dei termini più controversi delle scienze sociali ed è utilizzato in varie discipline, anche con significati diversi all'interno della stessa disciplina (Catellani, 2011). Nella stessa psicologia, si possono trovare diverse definizioni di ideologia politica provenienti da vari autori. Tedin (1987), ad esempio, definisce l'ideologia politica come un insieme interconnesso di atteggiamenti e valori sugli obiettivi della società e su come essi dovrebbero essere raggiunti, definizione che viene ripresa più tardi anche da Jost (2006) per formulare la propria, secondo i quali, l'ideologia è un insieme di atteggiamenti morali e politici che possiede componenti cognitive, affettive e motivazionali, cioè che cerca di capire la ragione per cui le persone fanno quello che fanno; organizza i loro valori e credenze e conduce al comportamento politico. Nello stesso contributo di Jost (2006), si evidenzia, però, che le varie definizioni hanno tutte in comune un aspetto: quello di concettualizzare l'ideologia come un sistema di credenze dell'individuo tipicamente condiviso in uno specifico gruppo, che organizza, motiva e dà significato ai comportamenti politici.

Nonostante in passato siano state formulate molte definizioni diverse di ideologia politica, negli ultimi anni si è stabilito un certo consenso riguardo la sua definizione, organizzata attorno a tre concetti principali:

1. è un insieme coerente di atteggiamenti e valori;
2. queste credenze e valori sono condivisi all'interno di un gruppo sociale;
3. sostiene le azioni di tale gruppo (De Witte, 2004).

Secondo questa visione, l'ideologia politica è costituita da una natura prescrittiva poiché intende spiegare com'è il mondo e com'è l'uomo, ma anche come essi dovrebbero essere. Non rappresenta cioè la sola descrizione di uno stato di cose, ma anche lo stato finale che devono raggiungere. L'ideologia politica ha, inoltre, una funzione di mobilitazione cioè motiva, dirige e sostiene l'azione (Catellani, 2011).

1.1 L'orientamento politico: la destra e la sinistra

Storicamente l'ideologia politica si è sempre distinta in due coalizioni: la destra, detta anche conservatorismo e la sinistra, definita anche progressismo o al giorno d'oggi liberalismo.

L'uso di questi due termini, destra e sinistra, risale al periodo della Rivoluzione francese, quando, in occasione dell'Assemblea legislativa francese, i sostenitori dell'*ancien régime* sedettero a destra della Camera e gli oppositori del regime invece a sinistra. Da quel momento, la disposizione dei posti a sedere ha iniziato a rappresentare le rispettive opinioni politiche (destra e sinistra) e quindi l'etichetta di destra è arrivata a rappresentare idee conservatrici legate alla gerarchia e allo status quo, mentre l'etichetta di sinistra a rappresentare il progresso, l'uguaglianza e il cambiamento (Jost et al., 2008).

Oggi la destra si caratterizza per una venerazione della religione, obbedienza all'autorità e una preferenza per *elite* economiche e per il sistema capitalistico, al contrario della sinistra che invece si caratterizza per l'impegno nell'aumentare le uguaglianze sia sociali che economiche all'interno della società (Jost et al., 2008).

In letteratura, la differenza fra ideologia di destra e ideologia di sinistra è legata principalmente a posizioni opposte sui temi delle disuguaglianze e del cambiamento (Jost, Glaser, Sulloway, & Kruglanski, 2003; Jost et al., 2008). In particolare, l'ideologia di destra, si caratterizza per una maggiore resistenza al cambiamento e accettazione delle disuguaglianze, caratteristiche che si ripercuotono in un maggior attaccamento alle tradizioni, rifiuto di ambiguità e ricerca di ordine e coerenza, mentre l'ideologia di sinistra è caratterizzata da una maggiore richiesta di cambiamento e rifiuto delle disuguaglianze, che si riflettono in una maggiore tolleranza di situazioni incerte e ambigue (Jost et al., 2003; Jost et al., 2008). In generale si può quindi dire che i conservatori sono maggiormente caratterizzati da una chiusura all'esperienza, che si ritrova in una preferenza per la familiarità, la semplicità e una maggiore tendenza all'obbedienza, mentre i progressisti, al contrario, sono per lo più caratterizzati da una maggiore apertura all'esperienza e quindi al bisogno di novità e di complessità (McCrae, 1996).

Si possono riassumere le principali caratteristiche e differenze ideologiche della politica con questa citazione:

“By left we shall mean advocating social change in the direction of greater equality—political, economic or social; by right we shall mean supporting a traditional more or less hierarchical social order, and opposing change toward equality.”

(Lipset, Lazarsfeld, Barton & Linz, 1954/1962)

Per spiegare le motivazioni e le circostanze per cui le persone assumono posizioni politiche opposte, nell'ultimo decennio in psicologia sociale si sono affermati principalmente due modelli: il modello duale dell'ideologia (Duckett & Sibley, 2007) e il modello di ideologia politica come cognizione sociale motivata (Jost et al., 2009).

Nei prossimi due paragrafi (1.1.1 e 1.1.2) si descriveranno entrambi i modelli più nello specifico.

1.1.1 Il modello duale dell'ideologia

Il modello duale dell'ideologia di Duckett e Sibley (DPM; 2007, 2009, 2010) definisce l'ideologia politica come costituita da due principali dimensioni, che hanno basi o cause psicologiche e sociali diverse l'una dall'altra e che influenzano gli atteggiamenti e i comportamenti politici in modi e processi differenti. Queste due dimensioni sono:

- Autoritarismo di destra (RWA)
- Orientamento alla dominanza sociale (SDO)

L'autoritarismo di destra è un costrutto sviluppato da Altemeyer (1981) e definito come l'espressione dell'atteggiamento attraverso tre nuclei principali: il nucleo del convenzionalismo cioè l'adesione ai valori più condivisi in una determinata comunità, la sottomissione autoritaria cioè il rispetto acritico nei confronti di autorità morali idealizzate dal proprio gruppo di appartenenza e l'aggressività autoritaria cioè l'ostilità nei confronti di coloro che violano i valori convenzionali e le norme (Altemeyer, 1981).

L'orientamento alla dominanza sociale, sviluppato da Pratto, Sidanius, Stallworth e Malle (1994), è caratterizzato, invece, da una tendenza a consolidare e mantenere le gerarchie esistenti e ad assicurare la superiorità di sé stessi e della categoria sociale di appartenenza (Duckett, 2001).

Il modello DPM ipotizza che la relazione fra determinate caratteristiche della personalità, del contesto e della socializzazione con gli antecedenti sopra descritti, sia all'origine di diverse visioni del mondo (vedi fig.1). Queste due differenti visioni del mondo sono:

1. il mondo come pericoloso;
2. il mondo come giungla competitiva.

La prima visione rappresenta l'antecedente dell'autoritarismo di destra (ripresa da Altemeyer, 1988), essa vede il mondo come imprevedibile e minaccioso per cui rende più saliente lo schema motivazionale di ordine, struttura, sicurezza e stabilità.

La seconda visione, invece, rappresenta l'antecedente dell'orientamento alla dominanza sociale che rende più saliente lo schema motivazionale di disuguaglianza, dominanza sociale e superiorità. Nello specifico, quest'ultima visione vede il mondo come una giungla caratterizzata da una continua

competizione in cui i forti vincono e i deboli perdono, questo quindi porta a sviluppare un atteggiamento più favorevole alla presenza di una gerarchia sociale rigida.

Duckett e Sibley (2007), hanno, ad esempio, indagato la relazione tra i livelli di RWA e di SDO e gli atteggiamenti nei confronti di tre differenti gruppi sociali: gruppi pericolosi (criminali, terroristi, spacciatori, ...), gruppi dissidenti (movimenti di protesta, omosessuali, ...) e gruppi discriminati (diversamente abili, persone obese, ...), ipotizzando che un alto livello di autoritarismo dovrebbe predire il pregiudizio nei confronti di gruppi pericolosi e che, invece, un elevato livello di dominanza dovrebbe predire il pregiudizio nei confronti di gruppi svantaggiati o dissidenti. Lo studio, coerentemente con le ipotesi, ha evidenziato principalmente tre risultati: il primo è che alti livelli di RWA sono correlati ad atteggiamenti meno favorevoli nei confronti dei gruppi pericolosi, il secondo che alti livelli di SDO sono associati ad atteggiamenti meno favorevoli nei confronti dei gruppi discriminati e l'ultimo che alti livelli in entrambe le dimensioni, RWA e SDO, sono associati ad atteggiamenti meno favorevoli nei confronti dei gruppi dissidenti.

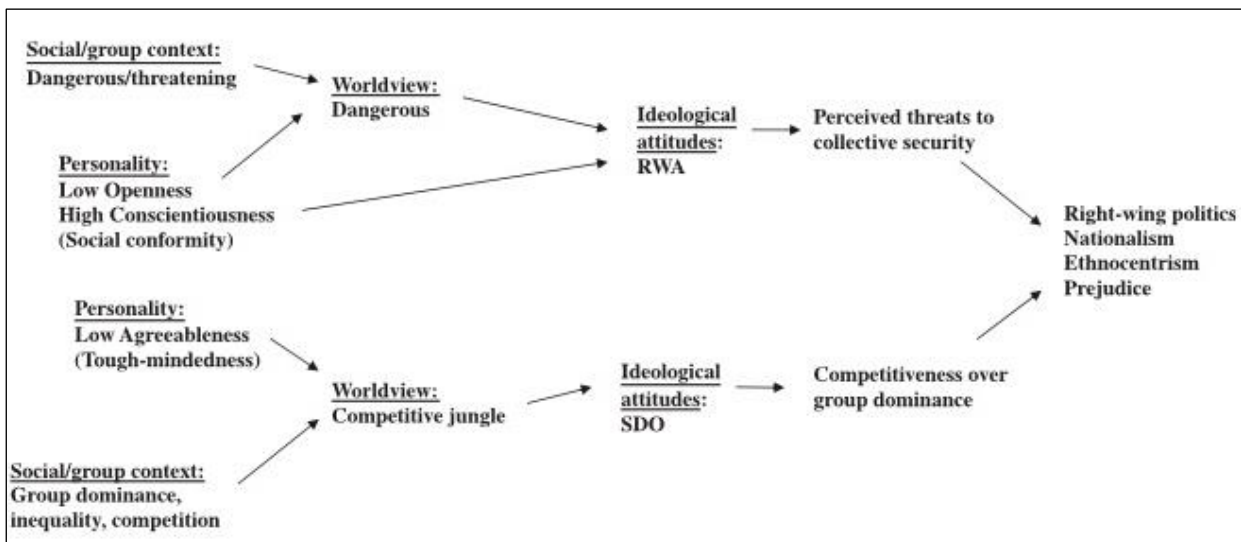


Fig.1: Schema del modello duale dell'ideologia, secondo cui la socializzazione, la personalità e la visione del mondo influenzano l'autoritarismo di destra (RWA) e l'orientamento alla dominanza sociale (SDO). Illustra anche come questi antecedenti impattano sugli atteggiamenti intergruppi.

Fonte: Duckitt & Sibley (2010).

1.1.2 Il modello di ideologia politica come cognizione sociale motivata

Le basi psicologiche dell'ideologia politica sono state collegate anche alla cognizione sociale motivata (Jost et al., 2009). Il modello di ideologia politica come cognizione sociale è stato sviluppato da Jost e colleghi (2009) e vede l'ideologia come funzionale a tre particolari bisogni: il primo è quello di ridurre l'incertezza, l'ansia e la paura, il secondo è quello di gestire la minaccia e il terzo è quello

di ridurre il disaccordo. In associazione a questi tre bisogni, il modello individua rispettivamente tre motivazioni: le motivazioni epistemiche, legate al bisogno di ridurre l'incertezza, le motivazioni esistenziali, volte a ridurre la minaccia e le motivazioni relazionali, connesse al bisogno di ridurre il disaccordo (Carraro & Bertolotti, 2020). Queste tre motivazioni sono collegate alle due caratteristiche principali dell'ideologia politica cioè il sostegno o rifiuto del cambiamento e l'accettazione o disapprovazione delle disuguaglianze (Carraro & Bertolotti, 2020).

Le motivazioni epistemiche contribuiscono a ridurre l'incertezza mettendo a disposizione certezze e credenze stabili e chiare. Uno dei bisogni fondamentali dell'uomo, infatti, è quello di avere il controllo o certezza, di conoscere la realtà che lo circonda e quello di poter prevedere ciò che succederà nel futuro (Catellani, 2011). Queste motivazioni si riferiscono alla tendenza a ridurre la complessità e l'ambiguità della realtà quotidiana e sono cognitivamente legate al bisogno di chiusura, ordine e struttura. Esiste una forte correlazione fra bisogni epistemiche e ideologia di destra (Jost et al., 2003).

Le motivazioni esistenziali offrono sicurezza e protezione nei confronti di minacce e paure di tipo culturale, sociale ed economico, quindi si riferiscono ad una ricerca personale e sociale di sicurezza. Si tratta di garantire la certezza a sé stessi, come nelle motivazioni epistemiche, ma, a differenza di esse, più a livello di esistenza, quindi maggiormente legate a paure come quella della morte o di qualsiasi minaccia che non faccia sentire la persona sicura (Catellani, 2011). Anche in questo caso, esiste una forte correlazione fra bisogni esistenziali e ideologia più conservatrice (Jost et al., 2003). Infine, le motivazioni relazionali sono legate al desiderio di affiliazione e di stabilire relazioni interpersonali, si riferiscono, quindi, ad un bisogno di appartenenza e di fedeltà al proprio gruppo. Le motivazioni relazionali, come le precedenti, sono nuovamente correlate positivamente all'ideologia di destra (Jost et al., 2003).

1.2 Le disuguaglianze socioeconomiche

È noto, che a livello universale, esiste una polarizzazione politica opposta riguardo gli atteggiamenti verso le disuguaglianze socioeconomiche, difatti, come spiegato sopra (si veda par. 1.1), l'ideologia di destra si è sempre caratterizzata per una maggiore accettazione delle disuguaglianze sociali ed economiche, al contrario della sinistra, che invece ha da sempre avuto una tendenza a rifiutarle e modificarle (Jost, Nosek & Gosling, 2008). A causa delle attuali politiche mondiali sempre più vicine alla destra, quindi, le disuguaglianze si stanno ancora più inasprando. Nei Paesi di tutto il mondo, perciò, le politiche economiche e la cultura politica e sociale stanno alimentando la ricchezza e il potere dei pochi privilegiati a discapito della maggioranza dell'umanità.

“È il sistema economico che strutturalmente produce disuguaglianza, è il modo in cui le nostre economie e società attualmente funzionano. Tale sistema colpisce prevalentemente le persone povere e gli appartenenti a minoranze etniche, impoverendoli ulteriormente e negando loro opportunità. Colpisce in particolar modo le donne, il cui lavoro di cura non retribuito molto spesso colma le carenze dei servizi pubblici e assorbe gli shock delle crisi economiche. Costringe ragazze, minoranze e persone più povere a lasciare la scuola”.

(Oxfam, 2022)

La ricchezza costituisce una delle più importanti dimensioni del benessere individuale poiché influenza la possibilità di un individuo di investire sul proprio futuro, accedere alle opportunità d’istruzione, facilita l’accesso al credito, offre la possibilità di rifiutare condizioni di lavoro inique e garantisce la libertà di assumere rischi per realizzare progetti imprenditoriali (Oxfam, 2021). Nello specifico, da uno studio di Wilkinson e Pickett (2009), nel quale hanno messo in relazione le disuguaglianze socioeconomiche con una serie di fattori collegati al benessere, è emerso che maggiori sono le disuguaglianze all’interno di un Paese e maggiori sono anche i problemi sanitari e sociali, i problemi psichici della popolazione, l’uso di sostanze stupefacenti, la mortalità infantile e l’obesità. Inoltre, con l’aumento delle disuguaglianze, diminuiscono anche il benessere dei bambini, l’aspettativa di vita, il rendimento scolastico e la fiducia. Possiamo quindi dire che le disuguaglianze socioeconomiche sono strettamente connesse con il benessere della popolazione di un Paese, che quindi non coinvolge solo i più poveri ma che coinvolge tutti, poiché influenzano il capitale sociale disponibile.

Alla fine di giugno 2019, la distribuzione della ricchezza netta (cioè la somma di tutti i valori reali e finanziari al netto di tutto l’indebitamento) vedeva il 5% degli italiani più ricchi detenere più ricchezza di tutta quella posseduta dall’80% più povero. Inoltre, dall’inizio del nuovo secolo è iniziato un trend in cui i più ricchi si arricchiscono sempre di più a discapito dei più poveri: si pensi che negli ultimi 20 anni, la quota di ricchezza posseduta dal 10% più ricco è cresciuta del 7.6%, mentre quella della metà più povera è diminuita fino al 36,6% (Oxfam, 2021).

In Italia, poi, con l’avvento della pandemia, si è visto una forte redistribuzione della ricchezza: tra il mese di marzo 2020 e il mese di novembre 2021 la ricchezza netta complessiva dei miliardari è aumentata del 56% dal primo mese della pandemia (+66 miliardi di euro). I 40 miliardari italiani più ricchi posseggono oggi l’equivalente della ricchezza netta del 30% degli italiani più poveri (18 milioni di persone adulte) (Oxfam, 2022).

1.3 L'ideologia politica e la sensibilità alla minaccia

Una recente linea di ricerca ha iniziato ad indagare la reazione fra l'ideologia politica e la percezione ed elaborazione di informazioni negative. Da queste ricerche è emerso che i conservatori sembrerebbero essere più sensibili ai segnali minacciosi e potrebbero mostrare strategie di evitamento regolari, orientate alla prevenzione di esiti negativi (Carraro, Castelli & Macchiella, 2011). È stato anche osservato che i conservatori interpretano più facilmente stimoli facciali ambigui come espressione di emozioni minacciose (Vigil, 2010) e che essi attribuiscono più peso alle informazioni negative rispetto a quelle positive, comparati ai progressisti (Castelli & Carraro, 2011). Inoltre, di fronte a stimoli sconosciuti, i conservatori mostrano un comportamento di esplorazione più cauto, prediligendo strategie più prudenti nell'avvicinarsi a questi stimoli (Shook & Fazio, 2009). Infine, sono state anche osservate differenze nelle risposte fisiologiche: quando ai conservatori venivano presentate immagini minacciose essi tendevano ad avere maggiori cambiamenti nella conduttanza cutanea e un battito di ciglia più forte (Oxley et al., 2008).

Nello specifico, in uno studio condotto da Carraro et al. (2011) è stato evidenziato che i conservatori, rispetto ai liberali, mostravano meccanismi attentivi che davano maggiore priorità all'elaborazione di informazioni negative che apparivano nell'ambiente. Inoltre, è stata osservata anche una differenza, basata sull'ideologia, nell'allocazione automatica delle risorse attentive. In particolare, gli stimoli negativi attiravano più facilmente l'attenzione dei conservatori, infatti, rispetto ai progressisti, dirigevano più velocemente l'attenzione verso immagini negative che verso immagini positive.

In un ulteriore studio sulla sensibilità alla minaccia e l'ideologia politica di Carraro, Castelli e Negri (2016), è emerso che i conservatori si immobilizzavano più facilmente, rispetto ai liberali, quando esposti a immagini negative (vs. positive) e che erano più lenti ad iniziare un movimento quando esposti a queste immagini. Inoltre, essi mostravano anche un comportamento di evitamento e di maggiore allontanamento davanti a immagini target negative se comparati con i liberali (misurato attraverso il Mouse Tracker). Infine, è stato anche dimostrato che l'attenzione dei conservatori era attirata maggiormente da informazioni negative.

Da questi studi, quindi, vi è evidenza del fatto che esiste un collegamento fra l'ideologia politica e l'elaborazione delle informazioni in relazione alla valenza di queste informazioni (Carraro et al., 2011).

1.4 L'ideologia politica e il sistema di valori

L'ideologia politica, come sottolineato all'inizio del capitolo, è definita anche come un insieme coerente di valori, oltre che di atteggiamenti (Jost, 2006). I valori sono definiti come convinzioni relativamente stabili circa modelli ideali e desiderabili di agire o di essere, scopi motivazionali che guidano il pensiero e il comportamento in vari ambiti della vita (Shaver, Wu & Schwartz, 1992, Bilsky & Schwartz 1994).

Nei paragrafi che seguono (1.4.1 e 1.4.2) si cercherà di descrivere più approfonditamente come i valori possano essere legati all'ideologia politica delle persone. Per fare questo verranno presi in considerazione due principali modelli: il modello del sistema di valori di Schwartz (1992, 1994) e il modello dei fondamenti morali di Graham e colleghi (2007).

1.4.1 Il sistema di valori di Schwartz

Secondo Schwartz (1992, 1994) i valori deriverebbero dal bisogno di soddisfare alcuni bisogni umani fondamentali: la salvaguarda di sé stessi e del proprio gruppo, il controllo e la dominanza ed infine il bisogno di affiliazione.

Schwartz (1992, 1994) ha individuato 10 valori principali che possono essere riconosciuti come criteri guida della vita delle persone. Questi valori si sviluppano su due assi: l'asse dell'autoaffermazione/autotrascendenza e l'asse dell'apertura/conservazione. In questa concezione, i valori si dispongono in un ordinamento circolare per cui i valori compatibili sono adiacenti e i valori contrastanti si trovano in posizioni opposte. I valori corrispondenti al primo asse sono cinque, tre riguardano l'autoaffermazione e due l'autotrascendenza.

I valori relativi all'autoaffermazione sono:

1. l'edonismo: cioè la gratificazione dei sensi, è legato al bisogno del piacere e del divertimento;
2. il successo: cioè mostrarsi competenti per guadagnare l'approvazione sociale, è connesso al bisogno primario di ottenere risorse per la sopravvivenza;
3. il potere: cioè raggiungere uno status socioeconomico elevato, il controllo delle risorse e una posizione di dominanza.

Quelli relativi all'autotrascendenza sono:

1. la benevolenza: cioè il mantenimento e miglioramento del benessere delle persone con cui si è in contatto diretto;
2. l'universalismo: cioè la comprensione, tolleranza, rispetto e protezione del benessere di tutte le persone e della natura.

Anche all'interno del secondo asse sono collocati cinque valori, tre relativi alla conservazione e due all'apertura al cambiamento.

I valori della conservazione sono:

1. il conformismo: cioè limitare le proprie azioni per renderle coerenti con le norme socialmente condivise; è connesso al bisogno di limitare impulsi individuali che potrebbero essere distruttivi per gli altri e la società;
2. la tradizione: cioè rispettare costumi e usanze di una cultura o religione, è connesso al bisogno di sviluppare simboli e pratiche condivise;
3. la sicurezza: cioè mantenere la stabilità e l'ordine; è connesso al bisogno di proteggere e salvaguardare sé stessi e il proprio gruppo.

Invece i valori dell'apertura al cambiamento sono:

1. l'autodirezione: cioè essere predisposti all'azione e essere indipendenti di pensiero;
2. la stimolazione: cioè cercare le novità e i cambiamenti.

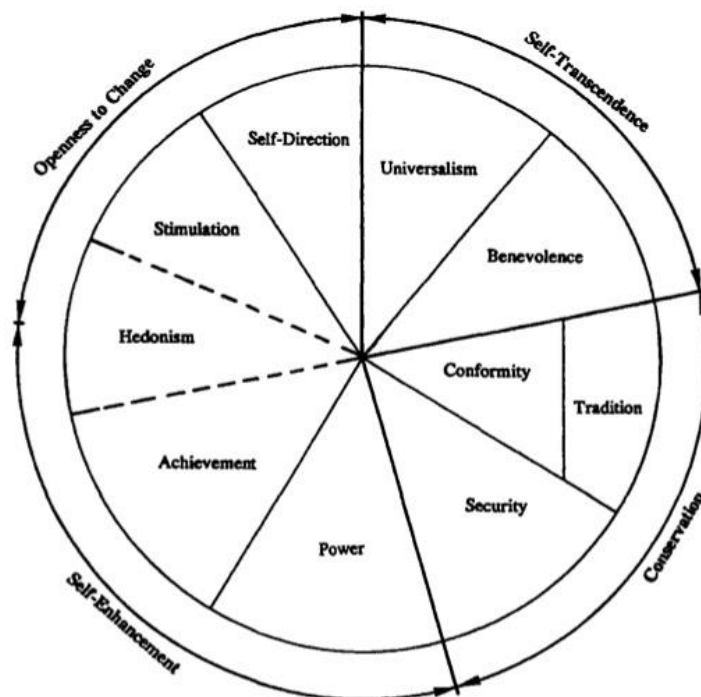


Fig.2: rappresentazione dell'ordinamento circolare dei 10 valori di Schwartz
Fonte: Schwartz (1994)

Nello specifico, uno studio di Caprara et al. (2006) ha evidenziato che i valori di potere, successo, tradizione, conformità e sicurezza sono associati ad un'ideologia politica di destra mentre quelli di benevolenza, universalità e autodirezione sono maggiormente correlati ad un'ideologia di centro-

sinistra. Secondo questo studio, quindi, gli individui tenderebbero a votare più facilmente per la coalizione che garantisce maggiormente il rispetto dei propri valori.

1.4.2 Il modello dei Fondamenti Morali

Il modello dei fondamenti morali (Haidt & Graham, 2007; Graham, Haidt & Nosek, 2009) originariamente è stato sviluppato per descrivere le differenze morali che si ritrovano in culture diverse (Haidt & Joseph, 2004), cioè per cercare di indagare la ragione per cui la moralità, da un lato, varia tanto fra culture e tradizioni diverse, ma dall'altro è simile e ricorrente (moralfoundations.org). Secondo questa teoria, ogni cultura propone virtù, narrazioni e indicazioni su sistemi psicologici innati e universali creando moralità uniche in tutto il mondo ma anche contrastanti in uno stesso paese (moralfoundations.org). La teoria dei fondamenti morali propone cinque nuclei, denominati fondamenti morali, attorno ai quali viene interpretata la realtà e il mondo, in questo modo quindi propone una distinzione fra ciò che è morale e ciò che invece è immorale.

Nello specifico, i cinque fondamenti morali proposti da Graham e colleghi (2007) sono:

1. Care/Harm: riguarda il prendersi cura, il difendere e il farsi carico dell'altro considerato indifeso. Deriva dai nostri sistemi di attaccamenti e al modo in cui sentiamo il dolore altrui; è alla base di virtù come la gentilezza, cordialità e nutrimento;
2. Fairness/Cheating: riguarda aspetti di giustizia e reciprocità nelle relazioni interpersonali; è legato all'altruismo e genera idee sui diritti e l'autonomia;
3. Loyalty/Betrayal: riguarda sentimenti di fedeltà, lealtà e attaccamento al proprio gruppo di appartenenza; è alla base delle virtù di patriottismo e del sacrificio di sé per il gruppo.
4. Authority/Subversion: rispetto dell'autorità e potere; è alla base della leadership ed include la deferenza all'autorità legittima e il rispetto per le tradizioni;
5. Sanctity/Degradation: riguarda la purezza e la spiritualità ed è legato al disgusto e al pericolo di contaminazione. È anche alla base di nozioni religiose quali sforzarsi a vivere in modo meno carnale ma più nobile e vede il corpo come un tempio che può essere profanato da attività immorali e contaminate.

Da uno studio di Graham et al. (2009) è emerso che questi cinque fondamenti morali sono legati in modi differenti all'ideologia politica: i conservatori ritengono importanti allo stesso modo tutti e cinque i fondamenti, inclusi i fondamenti di fedeltà, autorità e purezza mentre i progressisti ritengono prioritari solo i fondamenti del prendersi cura e di giustizia. Sulla base di questi due risultati, i fondamenti morali sono stati classificati anche come fondamenti individualizzanti, che comprendono

quelli di cura e giustizia, gli unici ai quali sono legati i progressisti, e fondamenti vincolanti che comprendono i fondamenti di fedeltà, autorità e purezza, ai quali sono legati maggiormente i conservatori.

1.5 Il *framing* nella comunicazione politica

In comunicazione politica, spesso i media adottano una cornice interpretativa delle notizie o degli eventi, chiamata *news frame*, in modo da enfatizzare alcuni elementi del messaggio rispetto ad altri (de Vreese, 2005). L'esito di queste cornici interpretative è quello di inserire le notizie di cui si parla entro specifiche strutture di significato (Scheufele, 1999). Attraverso queste cornici, infatti, i giornalisti possono veicolare interpretazioni delle realtà e suggerire ai cittadini cosa e come pensare (Scheufele & Tewksbury, 2007). Questo tipo di processo, in cui una notizia viene presentata tramite una cornice interpretativa, viene chiamato, appunto, *framing* ed è definito come un modello persistente di cognizione, interpretazione e presentazione di una selezione, enfasi ed esclusione, tramite cui si organizza il discorso (Gitlin, 1980). Il *frame*, quindi, è "l'incorniciamento" che i media fanno di un evento (Catellani, 2011), suggerendo qual è il problema rilevante (Gamson & Modigliani, 1989).

“Il framing implica essenzialmente selezione e salienza. Fare frame è selezionare alcuni aspetti della realtà percepita e renderli più salienti in un testo comunicativo, in modo da promuovere una particolare definizione del problema, interpretazione causale, valutazione morale e/o indicazioni del trattamento per l'elemento descritto”

(Entman, 1993)

Il *framing* di una comunicazione politica, quindi, riguarda direttamente il contenuto della notizia e il modo in cui essa viene presentata, suggerendone una determinata visione (Scheufele & Tewksbury, 2007). Esso definisce una data situazione per il pubblico, indicando una certa interpretazione e giudizi sulle cause, sulle responsabilità o sulle soluzioni (Catellani, 2011). I *frame*, così, possono essere considerati a tutti gli effetti un invito persuasivo a leggere un fatto in un particolare modo (Van Gorp, 2007). Il *framing*, infatti, riguarda proprio l'effetto che questa cornice interpretativa ha sugli atteggiamenti, le decisioni e i comportamenti dei cittadini a cui è stato presentato il messaggio. La ricerca in psicologia ha mostrato che, in effetti, l'uso dei *frame* è risultato efficace nel persuadere le persone; ad esempio è stato ampiamente osservato che il ricorso ad immagini negative è più

persuasivo rispetto all'uso di immagini positive (Catellani, 2011) poiché un messaggio persuasivo esercita più influenza quando vengono messi in risalto costi potenziali, minacce o possibili perdite (*frame loss*) piuttosto che opportunità o possibili guadagni (*frame gain*) (Tversky & Kahneman, 1986).

È importante, però, sottolineare che questi effetti persuasivi non sono uguali in tutte le persone, ma variano in base alle caratteristiche personali dei destinatari, come il loro sistema di valori, e alle caratteristiche contestuali, come la credibilità della fonte (Catellani, 2011).

1.5.1 Il *moral framing*

In accordo con la Teoria dei Fondamenti Morali (si veda par. 1.4.2) i messaggi possono essere presentati anche attraverso l'uso di cornici interpretative che rendono salienti in misura maggiore alcuni fondamenti morali rispetto ad altri. Questo tipo di manipolazione persuasiva ricade all'interno di quello che viene denominato come *moral frame* (Mokhberian, Abeliuk, Cummings & Lerman, 2020). Quando in un messaggio la forza guida si basa su preoccupazioni morali allora può essere considerato tale. Nei discorsi politici si nota che spesso la retorica impiegata dai difensori delle due coalizioni riflette le differenze morali che sottostanno alle due ideologie. Usare una retorica morale potrebbe essere efficace per persuadere chi già condivide le proprie convinzioni politiche e morali ma potrebbe non esserlo nel persuadere i rivali politici (Feinberg & Willer, 2019). Con la tecnica del *moral framing*, però, la posizione politica che un individuo normalmente non supporterebbe è inquadrata in modo da essere coerente con i valori morali di quell'individuo, risultando così più persuasiva. I risultati di varie ricerche, infatti, indicano che il *moral framing* possa essere considerato uno strumento di persuasione efficace (Feinberg & Willer, 2019). L'efficacia del *moral framing* potrebbe essere spiegata dalla corrispondenza che le persone percepiscono fra le proprie convinzioni morali e gli argomenti presentati dal messaggio persuasivo, dalla fonte, in questo modo è più facile che le persone valutino più positivamente gli argomenti proposti dal messaggio e che quindi rivedano i propri atteggiamenti rilevanti (Feinberg & Willer, 2019). Un messaggio, infatti, può risultare più persuasivo se è incorniciato con fondamenti morali in accordo con il proprio orientamento politico. Per questo motivo, le persone che si definiscono liberali, sembrerebbero maggiormente persuase da messaggi presentati tramite i fondamenti morali di cura e giustizia (fondamenti individualizzanti; Wolsko et al., 2016), che sono per loro più importanti, rispetto a quelli di purezza, autorità e fedeltà. I conservatori, al contrario, appaiono essere maggiormente persuasi da affermazioni che fanno riferimento proprio ai fondamenti morali di purezza, autorità e fedeltà (fondamenti vincolanti; Day, Fiske, Downing & Trail, 2013) rispetto agli altri due fondamenti, poiché sono i fondamenti in cui

meglio si identificano.

In una ricerca condotta da Voelkel e Feiberg (2018) è stato indagato proprio se il *moral framing* potesse avere un'influenza nel supporto ai candidati politici delle elezioni del 2016 negli Stati Uniti. Secondo i ricercatori, quando veniva presentato ai conservatori un messaggio negativo, di attacco nei confronti di Trump basato sui valori di lealtà, essi erano stati meno favorevoli ad eleggerlo come presidente rispetto a quando il messaggio era basato su quelli di equità. Dai risultati è emerso che i conservatori, in effetti, nella condizione in cui il messaggio era basato sui valori di lealtà, sono stati maggiormente persuasi ad accettare di meno Trump come presidente e soprattutto ad indicare una minore intenzione a votarlo. In conclusione, quindi, anche nel caso di una campagna politica negativa il *moral framing* è risultato essere efficace nel persuadere l'elettorato rispetto ai candidati politici.

CAPITOLO 2

METODOLOGIA

2.1 Obiettivi del presente studio

L'obiettivo del presente studio consiste nell'indagare se un diverso *frame* nella presentazione di un messaggio riguardante la minaccia delle disuguaglianze socioeconomiche possa essere efficace nel modificare l'atteggiamento esplicito ed implicito delle persone verso di tale tematica. Nello specifico sono state formulate cinque differenti ipotesi.

La prima ipotesi formulata è che un messaggio, contenente la minaccia delle disuguaglianze socioeconomiche, descritto attraverso fondamenti morali vincolanti (*frame binding*), sposti le persone con ideologia politica di destra verso atteggiamenti di maggiore preoccupazione per la minaccia presentata. La seconda ipotesi, invece, è che lo stesso messaggio, presentato però utilizzando i fondamenti morali individualizzanti (*frame individualizing*), non sposti l'atteggiamento delle persone di destra verso una maggiore preoccupazione riguardo tali disuguaglianze. La terza ipotesi riguarda invece le persone con ideologia politica di sinistra: ci aspettiamo che, alla presentazione dello stesso messaggio, sia esso descritto tramite fondamenti morali vincolanti o tramite fondamenti morali individualizzanti, non si modifichino i loro atteggiamenti verso le disuguaglianze socioeconomiche, poiché, come emerge dalla letteratura, le persone con ideologia di sinistra sono caratterizzate da una maggiore preoccupazione per tale minaccia a priori (Jost et al. 2008). In sintesi ci aspettiamo un effetto sugli atteggiamenti verso le disuguaglianze socioeconomiche solo nelle persone di ideologia di destra e solo tramite il *frame binding*.

La quarta e la quinta ipotesi riguardano, invece, più nello specifico, un compito di misurazione implicita degli atteggiamenti, presentato al termine del questionario: il *Visual Approach/Avoidance by the Self Task* (Aubé, Rougier, Muller, Ric & Yzerbyt, 2019). In questo studio esso riguarda l'allontanamento o l'avvicinamento a delle immagini che rappresentano situazioni di uguaglianza socioeconomica o situazioni di disuguaglianza socioeconomica (approfondimento a par. 2.4). In particolare, ci aspettiamo una maggiore preferenza di avvicinamento alle immagini rappresentanti le uguaglianze socioeconomiche da parte delle persone di sinistra rispetto a quelle di destra (quarta ipotesi) nella condizione di controllo cioè una maggiore velocità di allontanamento dalle immagini

rappresentanti le disuguaglianze e una maggiore velocità di avvicinamento alle immagini rappresentanti le uguaglianze. Allo stesso tempo ci aspettiamo anche che le persone di destra abbiano una maggiore preferenza di avvicinamento alle immagini rappresentanti le uguaglianze socioeconomiche, quando il messaggio sulle disuguaglianze è presentato sotto forma di fondamenti morali vincolanti (*frame binding*), rispetto alle persone di destra nella condizione di controllo (quinta ipotesi).

2.2 Partecipanti

I partecipanti di questo studio sono stati reclutati nel mese di marzo 2022 attraverso la diffusione di un link sui social media e via e-mail, su base volontaria. La raccolta dei dati è avvenuta attraverso la somministrazione di un questionario online che poteva essere compilato esclusivamente al computer (non era possibile tramite smartphone o tablet) poiché era necessario svolgere un compito premendo dei tasti sulla tastiera del computer.

Il numero totale dei partecipanti che ha effettivamente completato il questionario è stato di 248 (su 348 persone che lo hanno aperto almeno 1 volta). Di questi solo 211 hanno compilato la parte della misurazione implicita degli atteggiamenti (VAAST). L'età media dei partecipanti è stata di 27.58 anni con una età minima registrata di 19 anni e un'età massima di 76 anni. Per quanto riguarda il genere, 164 partecipanti si sono definite donne (66.13%), 81 partecipanti si sono definiti uomini (32.66%) e 3 partecipanti (1.21%), invece, hanno preferito non definirsi, scegliendo l'opzione "altro" prevista dalla domanda sul genere. Per quanto riguarda il livello d'istruzione si riportano i dati raccolti nella seguente tabella:

Titolo di studio	Frequenza
Diploma di scuola dell'obbligo	1
Licenza media	3
Diploma di scuola superiore	165
Laurea Triennale	40
Laurea Magistrale o Laurea a ciclo unico	26
Master/Dottorato	13
<i>Totale</i>	<i>248</i>

Tab. 1: Frequenza per ogni titolo di studio nel campione

2.3 Procedura

Lo studio prevedeva tre condizioni, a cui i partecipanti venivano assegnati in modo randomizzato ma controbalanciato: la condizione di controllo, la condizione *frame binding* e la condizione *frame individualizing*. La manipolazione sperimentale dello studio era costituita dal contenuto e dal *frame* di un breve video presentato a metà questionario. In particolare, nelle due condizioni sperimentali, *frame binding* e *frame individualizing*, il video riguardava la minaccia delle disuguaglianze socioeconomiche amplificate anche dal Covid-19, mentre nella condizione di controllo esso riguardava il montaggio di un tavolo (contenuto neutro). Le due condizioni sperimentali differivano fra loro per un messaggio che veniva presentato alla fine del video: nella condizione *frame binding* esso metteva in risalto i fondamenti morali vincolanti, mentre nella condizione *frame individualizing*, esso rendeva salienti i fondamenti morali individualizzanti. In questo modo il video veniva presentato tramite due diversi *moral framing* (vedi par. 1.5.1). Alla chiusura della raccolta dati i partecipanti inseriti nella condizione di controllo sono stati 86, quelli assegnati alla condizione *frame individualizing* 80 ed infine i partecipanti nella condizione *frame binding* sono stati 82.

Come precedentemente detto, lo studio utilizzava come strumento di raccolta dati un questionario online (si veda appendice), costruito attraverso la piattaforma Qualtrics XM. Il questionario era uguale per ogni condizione sperimentale, eccetto per la manipolazione (il video), ed era diviso in due parti: la prima parte dedicata alle scale di misura e alla manipolazione, la seconda, invece, dedicata al compito VAAST di misurazione implicita degli atteggiamenti (si veda par. 2.4). Quest'ultima parte, a differenza del questionario, è stata costruita sulla piattaforma online PsyToolkit, che può essere usata solo tramite computer, motivo per cui il questionario poteva essere compilato solo online e al pc.

All'inizio del questionario veniva presentato un consenso informato nel quale i partecipanti erano invitati a fornire il proprio consenso al trattamento dei dati. Il consenso iniziale, però, a causa della manipolazione sperimentale, non poteva essere del tutto esplicito nello spiegare lo scopo della ricerca, per cui è stato inserito anche un consenso informato al termine del questionario, che invece spiegava in modo chiaro ed esauriente il presente studio, e nel quale i partecipanti erano chiamati nuovamente a fornire (o non fornire) il consenso all'uso dei propri dati. All'inizio del questionario, inoltre, ai partecipanti veniva anche chiesto di creare un codice identificativo (iniziale del nome, iniziale del cognome e data di nascita ggmmaa) che serviva ad associare il questionario al compito implicito eseguito alla fine di esso.

Le variabili utilizzate nello studio sono state dieci, misurate attraverso altrettante scale di misura o item, che insieme costituivano il questionario. Queste variabili sono state divise in pre-manipolazione e post-manipolazione, in base al momento in cui venivano misurate nel questionario: le variabili pre-manipolazione venivano misurate prima del video, mentre, le variabili post-manipolazione dopo il video (per approfondire si veda par. 3.1).

All'inizio del questionario, inoltre, erano presenti tre domande relative alle informazioni socio-demografiche dei partecipanti riguardo l'età, il genere e il livello di istruzione.

Nei paragrafi che seguono sono spiegate nello specifico, e nell'ordine di presentazione utilizzato nel questionario, tutti gli strumenti utilizzati per la misurazione delle variabili pre-manipolazione e post-manipolazione dello studio (si veda par. 2.3.3). È inoltre presente una descrizione dettagliata del video oggetto di manipolazione sperimentale (si veda par. 2.3.2).

2.3.1 Variabili pre-manipolazione

Nello specifico, le variabili pre-manipolazione dello studio erano le prime sei cioè lo Status Socioeconomico, l'Orientamento politico, la scala RWA, la scala SDO, la scala MFQ-R e l'item sulla vicinanza psicologica, poiché appunto presentate prima del video. Di seguito si descrivono in modo più dettagliato tutti gli strumenti di misura utilizzati per misurare queste variabili.

Lo Status Socioeconomico (SES)

Lo status socioeconomico era misurato nei partecipanti tramite due domande: la prima domanda riguardava la sola condizione economica, in cui veniva chiesto quanto la propria situazione economica era migliore o peggiore rispetto alla media italiana, la seconda domanda invece riguardava la sola condizione sociale dei partecipanti, nella quale, veniva nuovamente chiesto quanto essa era peggiore (0) o migliore (100) rispetto alla media italiana. Entrambe le domande erano costruite in modo che la condizione del partecipante fosse rappresentata da un cursore che doveva essere spostato su una continuum che andava da “molto peggiore” (0) a “molto migliore” (100) rispetto alla media italiana. Queste due domande sono risultate essere fra loro correlate ($r=.72$, $p < .001$) e quindi successivamente è stato calcolato un unico punteggio di media.

La Scala di Orientamento Politico

Questa scala era composta da tre item che riguardavano la prima l'orientamento politico, la seconda l'orientamento sociale e la terza l'orientamento economico del partecipante. Le domande sono state presentate con una linea orizzontale che andava da “più vicino alle politiche di destra” a “più vicino alle politiche di sinistra” dove era chiesto al partecipante di spostare, su questa linea, un cursore, inizialmente posizionata nel mezzo, verso destra o verso sinistra, in base alla posizione che meglio rappresentava il proprio orientamento politico/economico/sociale (self report). Le tre domande sono risultate essere correlate fra loro ($r=.92$, $p < .001$) e quindi successivamente è stato calcolato un unico punteggio di media.

La scala RWA

La scala RWA è una scala che misura l'autoritarismo. È stata proposta da Altemeyer (1981; 1988; 1996) sulla base della scala F di Adorno (1950), che è stata la prima scala a misurare questo costrutto. L'autoritarismo di Altemeyer, in questa visione, fa riferimento alla teoria dell'apprendimento sociale ed è concettualizzato come un insieme di atteggiamenti sociali che le persone apprendono durante le interazioni con altre persone e l'ambiente, come ad esempio con i genitori, con i pari, a scuola e attraverso i media (Catellani, 2011).

La scala inserita nel questionario è stata riadatta alla lingua italiana da Roccato, Mirisola & Chirumbolo (2009). Questa scala comprende 12 item, di cui 6 *reverse* (item: 1,3,5,7,9,11). In aggiunta è stato inserito anche un *attention check*, che serve a verificare se il partecipante sta ponendo attenzione alle domande o se sta rispondendo senza leggerle.

Le affermazioni della scala riguardano la famiglia, la moralità, il ruolo femminile e la religiosità. I soggetti quindi sono chiamati a valutare queste affermazioni su una scala di disaccordo/accordo a 5 punti (completamente in disaccordo, abbastanza in disaccordo, né d'accordo né in disaccordo, abbastanza d'accordo, completamente d'accordo).

La scala si compone principalmente di tre nuclei di contenuto, che insieme formerebbero un'unica dimensione di autoritarismo, questi nuclei sono:

1. convenzionalismo: cioè adesione totale ai valori più condivisi all'interno di una comunità
2. sottomissione autoritaria: cioè rispetto acritico, non realistico, basato sulle emozioni, nei confronti delle autorità morali idealizzate del proprio gruppo
3. aggressività autoritaria: cioè ostilità verso coloro che violano valori convenzionali e norme prevalenti

Numerose ricerche hanno evidenziato che la scala RWA presenta relazioni forti e significative con gli atteggiamenti, le scelte politiche, le posizioni rispetto a temi politici dibattuti, la scelta di voto e l'auto-collocamento sulla scala destra-sinistra dei cittadini e che essa ha anche un buon livello di coerenza interna rispetto alla scala F di Adorno (Catellani, 2011).

La scala SDO

Questa scala misura il costrutto dell'orientamento alla dominanza sociale (si veda par. 1.1.1) ed è stata messa a punto da Aiello e colleghi (2005). La scala utilizzata nel presente questionario è la versione ridotta, con 8 item, di cui quattro *reverse* (item: 5,6,7,8), riguardanti temi legati al mantenimento di gerarchie sociali e alla superiorità di sé stessi e del proprio gruppo rispetto agli altri. Ad ogni affermazione i soggetti erano tenuti ad indicare quanto fossero in disaccordo/accordo su una scala a 5 punti (completamente in disaccordo, abbastanza in disaccordo, né d'accordo né in disaccordo, abbastanza d'accordo, completamente d'accordo). Numerose ricerche hanno sottolineato l'esistenza di relazioni forti e significative fra l'orientamento alla dominanza sociale, misurato tramite questa scala, e gli atteggiamenti politici, l'ideologia politica e il voto dei soggetti che l'hanno compilata (Catellani, 2011). La scala SDO usata nello studio è quella di Di Stefano & Roccato (2005) adattata per la lingua italiana.

Moral Foundation Questionnaire – Rilevanza (MFQ-R)

La scala MFQ-R misura la rilevanza dei cinque fondamenti morali: Harm/Care, Fairness/Reciprocity, Ingroup/Loyalty, Authority/Respect, Purity/Sanctity, nell'espressione di giudizi (Graham, Nosek, Haidt, Iyer, Spassena, & Ditto, 2011). La scala costruita da Graham e colleghi (2011) si compone di due parti: la scala di rilevanza e la scala di accordo/disaccordo, per un totale di 40 item, 20 per ogni parte. Il questionario somministrato, adattato alla lingua italiana da Bobbio, Nencini & Sarrica (2011), presentava però solo la scala di rilevanza. In questa scala i soggetti erano tenuti ad indicare quanto fosse rilevante per loro ogni affermazione (item) su una scala a 5 punti (per nulla rilevante, non molto rilevante, lievemente rilevante, un po' rilevante, molto rilevante) dove ogni item riguardava soltanto uno dei cinque fondamenti morali: Care, Fairness, Ingroup, Authority e Purity. Nello specifico erano presenti tre item per ogni fondamento morale. All'interno della scala era stato anche inserito un *attention check* per verificare se i partecipanti stessero ponendo attenzione nella lettura delle domande.

Vicinanza psicologica

In questo item veniva chiesto al partecipante quanto ritenesse le disuguaglianze socioeconomiche una minaccia vicina a sé tramite lo spostamento di un cursore lungo un continuum che andava da “minaccia che percepisco vicina” a “minaccia che percepisco lontana”.

Di seguito si riportano le Medie e le Deviazioni standard per ogni variabile pre-manipolazione e per ogni fondamento morale:

	Media	Deviazione Standard	Affidabilità (alpha)
SES	55.09	13.42	-
Orientamento politico	30.90	19.93	.92
RWA	2.04	0.52	.76
SDO	1.61	0.50	.72
Care	4.64	0.84	.71
Ingroup	3.91	0.96	.74
Fairness	5.11	0.73	.68
Authority	3.34	0.90	.62
Purity	3.07	0.85	.49
Individualizing	4.87	0.68	.77
Binding	3.44	0.75	.80
Vicinanza psicologica	41.68	26.37	-

Tab. 2: Media, Deviazione standard e Affidabilità per ogni scala presentata prima della manipolazione e per ogni fondamento morale

2.3.2 Manipolazione sperimentale: il video

Il video, oggetto di manipolazione sperimentale dello studio, è stato creato ad aprile 2021 da un gruppo di studenti e studentesse del laboratorio del corso magistrale di Psicologia della Politica dell'Università degli Studi di Padova. Il video aveva la durata di 2.55 minuti. Il contenuto del video riguardava un'intervista ad un'operatrice di un'unità di strada (interpretata da una studentessa) per i senza dimora che parlava delle minacce delle disuguaglianze socioeconomiche dovute al Covid-19. Nello specifico, lei spiegava come, con l'avvento della pandemia, le disuguaglianze socioeconomiche

in Italia fossero molto aumentate, riportando anche alcuni dati reali rappresentanti la situazione di quel periodo dal punto di vista sociale ed economico.

Inoltre, all'inizio del video veniva anche mostrato il seguente messaggio di introduzione:

“Quello che stai per vedere è l'estratto di un'intervista di marzo 2021, fatta da un'operatrice dell'unità di strada che si occupa dei senza dimora”

Qui di seguito viene riportato il dialogo specifico fra l'intervistatrice e l'operatrice dell'unità di strada del video:

Intervistatrice: Bene siamo arrivati alla fine di questa intervista in cui ci ha raccontato la sua testimonianza sul territorio come operatrice dell'unità di strada in questo anno di pandemia globale, le chiederei dunque, per concludere, se mi può dare anche dei dati a livello nazionale.

Operatrice: Sì, bhe l'Italia è uno dei paesi più colpiti dalla pandemia covid-19 e si stimano tra le 49mila e le 52mila persone senza fissa dimora, questo come primo dato importante.

Intervistatrice: Sì. E dall'inizio della pandemia come sono cambiati questi dati, c'è stato un aumento sensibile secondo lei?

Operatrice: Decisamente sì, la percentuale di fissa dimora è passata dal 31% nel periodo di maggio-settembre 2019 al 45% nel 2020 nello stesso periodo. Diciamo che dal primo lockdown il numero delle persone che chiedono aiuto è in espansione e la richiesta principale è la ---- di lavoro. Pensate che alla fine 2020 si contava la perdita di 444mila posti di lavoro e si stima un crescente aumento per il 2021.

Intervistatrice: Sì, una situazione drammatica. Come si distribuiscono questi numeri?

Operatrice: Si tratta di un fenomeno che ormai ci riguarda tutti, quasi 1 persona su 2 che si rivolge ai servizi Caritas lo fa per la prima volta. Abbiamo visto spesso sui social la scritta “io resti a casa”, bhe le persone che vivono per strada non possono stare a casa perché una casa non ce l'hanno e le strutture di accoglienza sono sovraffollate per cui non possono accogliere tutti, per non parlare delle difficoltà di accesso ai servizi igienici e sanitari che in questo momento sono fondamentali.

Intervistatrice: Certo, guardi la ringrazio molto per la sua testimonianza, grazie davvero.

Operatrice: Di nulla.

Al termine del video, come descritto anche nel paragrafo precedente, veniva presentato ai partecipanti un messaggio che faceva leva su un *moral framing* specifico. Esso, quindi, poteva rendere salienti i fondamenti morali vincolanti (purezza, autorità e fedeltà) oppure rendere salienti i fondamenti morali individualizzanti (cura e giustizia).

Qui di seguito vengono presentati i due messaggi:

Frame individualizing:

*E' arrivato il momento di guardare i volti di questa sofferenza e di indignarci di fronte a **ingiustizia e disuguaglianze**.*

*E' **diritto fondamentale** di ogni essere umano avere una vita **dignitosa**.
Bisogna **dare sostegno e inclusione** a chi è stato per troppo tempo dimenticato.
Solo una società che si **prende cura** delle fasce più vulnerabili e che combatte per raggiungere una reale **equità** è una società che si può ritenere **giusta**.*

Frame binding:

*Molti italiani a causa della crisi, hanno perso il loro **onesto lavoro**, chiuso aziende di **famiglia** e, rimasti senza un tetto, rischiano di rimanere **vittime** dei focolai epidemici che nascono sulla strada.*

*Lo spazio pubblico non deve diventare un pericolo! Mantenere una **vita decorosa** e la **sicurezza** delle nostre città devono diventare un impegno di **lealtà** per tutti noi!*

***Ordine e sicurezza** sono ciò che ha caratterizzato una grande **nazione**.*

Il video del gruppo di controllo è stato preso online e non presentava alcuna frase al termine.

2.3.2.1 Studio *pre-test* del video sperimentale

Per testare se i due messaggi finali del video, corrispondenti ai due frame *binding* e *individualizing*, fossero davvero percepiti dai soggetti come rappresentanti i fondamenti morali vincolanti l'uno e individualizzanti l'altro, è stato effettuato un *pre-test* prima della diffusione del questionario sperimentale. I partecipanti coinvolti sono stati 67 con età media di 26.24 anni (SD = 10.11). Di essi 48 erano donne, 18 uomini e 2 hanno preferito non definirsi, collocandosi in "altro".

Il questionario del *pre-test* iniziava con la presentazione del video senza alcun messaggio al termine. Dopo il video venivano chieste informazioni circa la piacevolezza, il contenuto, l'interesse, la polarità (negativa/positiva) e la rilevanza personale del video e sulle emozioni che il video aveva suscitato nei partecipanti. Successivamente, veniva presentato, in forma scritta, ognuno dei due messaggi in ordine randomizzato controbilanciato, quindi poteva essere presentato per primo il messaggio con *frame*

binding e per secondo quello con *frame individualizing*, o viceversa. Dopo ogni messaggio veniva chiesto ai partecipanti quanto ritenevano che esso trattasse rispettivamente ognuno dei cinque fondamenti morali, su uno slider che andava da per nulla (0) a moltissimo (100). I partecipanti dovevano rispondere a tale domanda per ogni fondamento morale (rispetto dell'autorità, prendersi cura, purezza e igiene, giustizia e lealtà nei confronti del proprio gruppo e della propria nazione), per un totale di 5 item per messaggio. Infine venivano chieste ai partecipanti alcune informazioni sociodemografiche (età e genere) e il loro orientamento politico, economico e sociale.

I risultati di questo *pre-test* hanno dimostrato che i due messaggi, uno presentato tramite *frame binding* e l'altro tramite *frame individualizing*, erano effettivamente diversi, infatti è emerso che le differenze fra le risposte alle 5 domande sui fondamenti morali del messaggio con *frame binding* e le risposte alle 5 domande sui fondamenti morali del messaggio con *frame individualizing* erano statisticamente significative per tutti i *paired t-test* ($p < .001$) considerati. Questo vuol dire che i due *frame* erano percepiti diversi sulla base dei fondamenti morali che trattavano: il messaggio con *frame binding* era in effetti percepito come più rappresentativo dei fondamenti morali vincolanti (lealtà: $M = 71.67$, purezza: $M = 60.28$, autorità: $M = 59.57$), mentre quello *individualizing* era percepito come più rappresentativo dei fondamenti morali individualizzanti (cura: $M = 86.99$, giustizia: $M = 78.82$) (si veda Fig. 3).

All'interno del questionario *pre-test* veniva anche chiesto quanto ognuno dei due messaggi presentati fosse più vicino alle politiche di destra o di sinistra, tramite uno slider che andava da "vicino alle politiche di destra" (0) a "vicino alle politiche di sinistra" (100). Dai risultati è emerso che la differenza nell'attribuzione di orientamento politico tra la media del messaggio con *frame binding* ($M = 70.63$, $SD = 20.75$) e la media del messaggio con *frame individualizing* ($M = 20.72$, $SD = 17.63$) era significativa ($t(66) = -13.98$, $p < .0001$), per cui i due messaggi erano percepiti differenti anche dal punto di vista dell'orientamento politico (si veda Fig. 4).

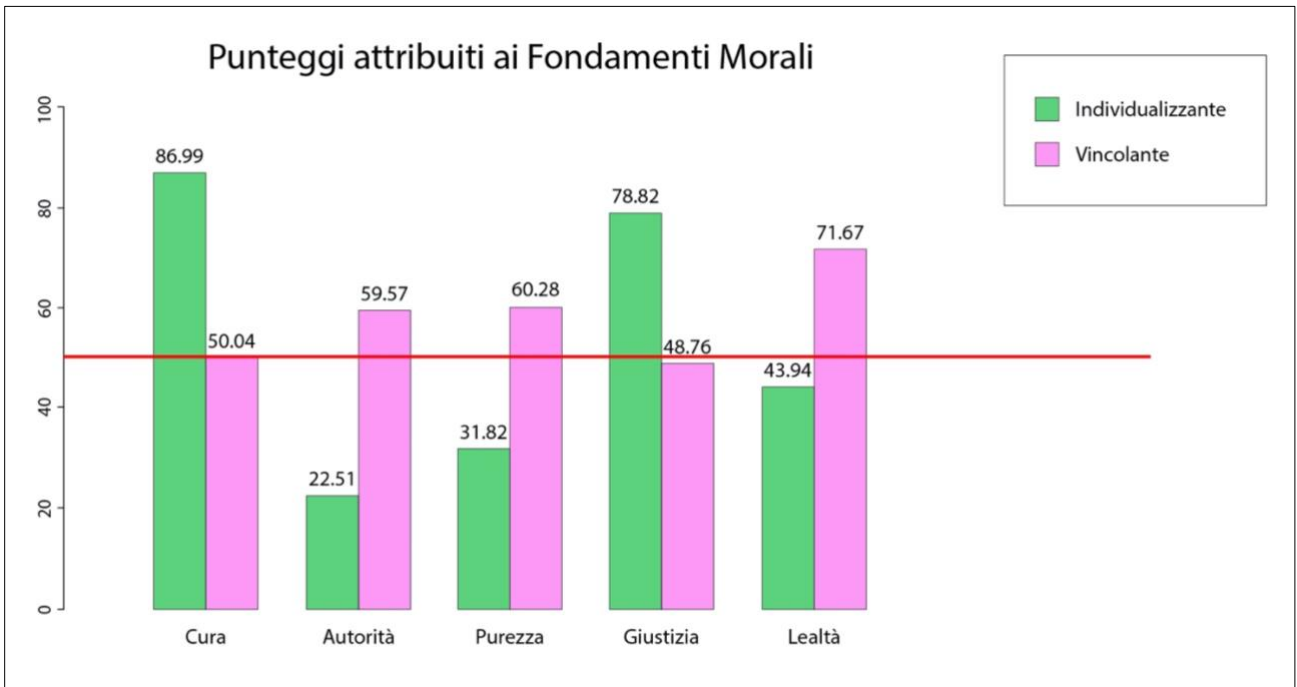


Fig. 3: Medie delle risposte per ogni fondamento morale, per ciascuno dei due messaggi: frame individualizzante e frame vincolante.

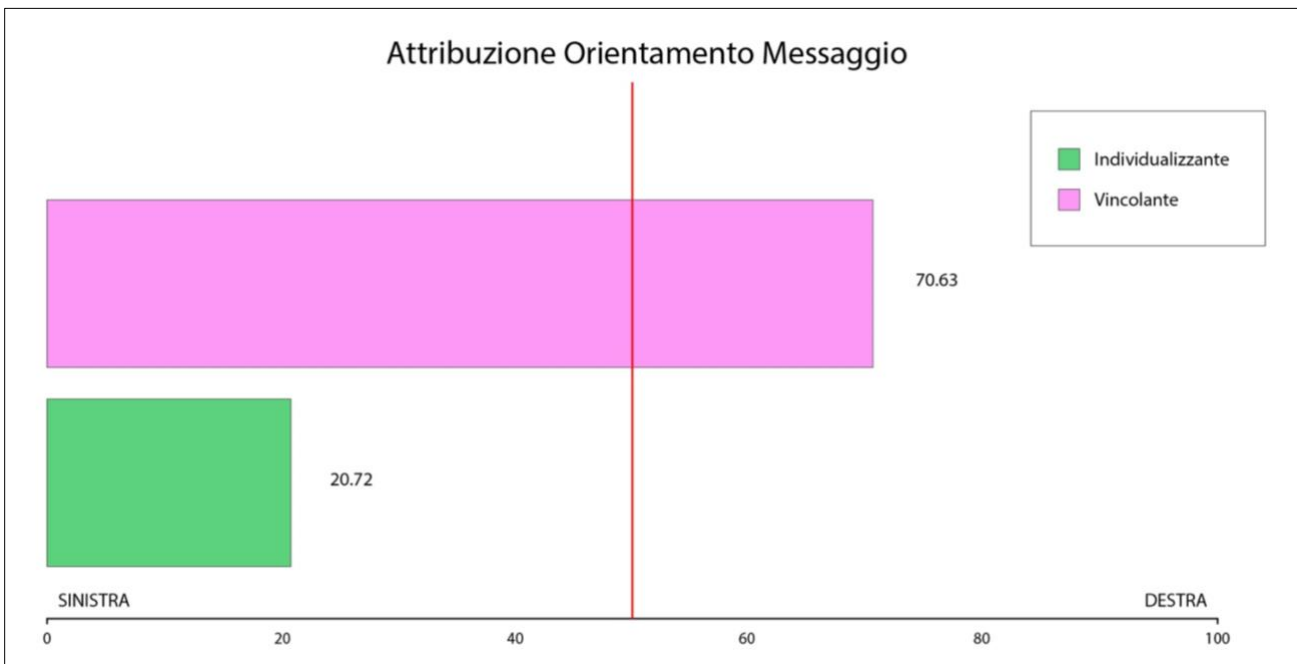


Fig. 4: Media delle risposte per ognuno dei due messaggi sull'attribuzione dell'orientamento politico. La linea rossa rappresenta il punteggio centrale di 50.

2.3.3 Variabili post-manipolazione

Le variabili post-manipolazione dello studio erano quattro: la scala *Economic System Justification* (ESJ), l'item sul Leader, i tre item sulle Conseguenze e il compito VAAST.

Di seguito sono spiegate in modo specifico tutte le scale e gli item usati per misurarle, ad eccezione del compito VAAST a cui, per una migliore chiarezza espositiva, è stato dedicato un paragrafo a parte (si veda par. 2.4).

Economic System Justification Scale (ESJ)

La scala ESJ è stata costruita da Jost e Thompson (2000) sulla base della *System Justification Theory* (Jost & Banaji, 1994), secondo cui le persone mostrano tendenze di giustificazione del sistema nel difendere e razionalizzare le disposizioni sociali, economiche e politiche esistenti, a volte anche a scapito dell'interesse individuale e collettivo (Jost, 2018). In altre parole, secondo questa teoria, le persone si sforzano di vedere la loro realtà sociale come giusta ed equa (Caricati, 2008). Questa scala era composta da 17 item ed aveva lo scopo di valutare, appunto, la convinzione delle persone che il sistema economico fosse equo (Caricati, 2008).

La scala di misurazione proposta nel presente studio è la versione italiana di Caricati (2008), la quale è risultata in grado di catturare la convinzione delle persone sulla legittimità del sistema economico (Caricati, 2008). La scala si presenta con 12 item, anziché 17 come l'originale, di cui 8 *reverse* che riguardano appunto la convinzione delle persone che il sistema economico sia equo, che le differenze economiche siano frutto di un ordine naturale delle cose e delle proprie "conquiste".

Per ogni item i partecipanti sono tenuti ad indicare il loro livello di accordo su una scala Likert a 9 punti: da fortemente in disaccordo (1) a fortemente in accordo (9).

Leader

In questo item veniva chiesto al partecipante di pensare ad un leader per lui ideale nell'affrontare la problematica delle disuguaglianze socioeconomiche e poi di indicare l'orientamento politico di questo leader posizionando un cursore lungo una barra che andava da "estrema sinistra" (0) a "estrema destra" (100).

La scala delle Conseguenze

La scala sulle conseguenze era costituita da tre item, in ognuno dei quali veniva chiesto al partecipante quanto temesse ripercussioni negative a causa delle disuguaglianze socioeconomiche a tre livelli diversi: nel primo item a livello personale, nel secondo item a livello nazionale e nel terzo item a livello mondiale. Per ogni item veniva chiesto al partecipante di muovere un cursore, che indicava la

propria posizione, lungo un continuum, che rappresentava il continuum di temere le conseguenze delle disuguaglianze socioeconomiche, che andava da “per niente” (0) a “moltissimo” (100).

In ultimo, nel questionario, subito prima del consenso finale, era presente anche un *manipulation check*, ovvero un item in cui si chiedeva ai partecipanti perché, secondo il video precedentemente visto, le disuguaglianze socioeconomiche dovevano essere un problema, scegliendo una di tre opzioni presentate, dove solo una sintetizzava davvero il messaggio del video. È da sottolineare che questo item era presente esclusivamente nelle condizioni *frame individualizing* e *frame binding*, poiché nella condizione di controllo, non avendo visto il video sulle disuguaglianze, non avrebbe avuto senso.

2.4 Il compito di Visual Approach/Avoidance by the Self Task (VAAST)

Al termine del questionario veniva presentato ai partecipanti un compito di misurazione implicita degli atteggiamenti, denominato VAAST (abbreviazione inglese di *Visual Approach/Avoidance by the Self Task*) sviluppato da Aubé, Rougier, Muller, Ric & Yzerbyt (2019). Questo compito serviva a misurare l'avvicinamento (*approach*) o l'allontanamento (*avoidance*) dei partecipanti ad alcuni stimoli target presentati sullo schermo. Il compito VAAST simula i movimenti di avvicinamento e di evitamento di sé stessi all'interno di un ambiente virtuale, manipolando le informazioni visive presentate ai partecipanti: uno stimolo appare al centro dello schermo e i partecipanti devono premere il tasto “avvicinati” o “allontanati” in funzione della categoria dello stimolo e delle istruzioni fornite all'inizio. Quando si preme l'uno o l'altro tasto, un feedback visivo opera sullo stimolo e sullo sfondo, ad esempio, facendo uno zoom avanti/indietro. Questo feedback visivo dà ai partecipanti l'impressione che si stiano muovendo nello sfondo virtuale in avanti o indietro rispetto allo stimolo, similmente a come accade nella realtà (Aubé et al., 2019).

La teoria sottostante al compito è che gli stimoli positivi possono avere spontaneamente un trigger di avvicinamento e che gli stimoli negativi, invece, possono avere spontaneamente un trigger di evitamento. Ciò significa che gli individui rispondono più velocemente agli stimoli positivi, rispetto a quelli negativi, con un movimento di avvicinamento, e che, al contrario, rispondono più velocemente agli stimoli negativi, rispetto a quelli positivi, con un movimento di evitamento (Aubé et al., 2019).

Questo compito, che doveva essere presentato su una piattaforma specifica (PsyToolkit), è stato presentato su una pagina web differente da quella del questionario, a cui i partecipanti dovevano collegarsi attraverso un link riportato nel questionario stesso.

Nel presente studio, subito prima del compito VAAST, veniva chiesto ai partecipanti di memorizzare due serie di 25 coppie di immagini (si veda appendice), per almeno 3 minuti ciascuna. Le due serie di immagini rappresentavano, in un caso, una società fortemente disuguale, cioè una società in cui vi è un grande divario fra le persone che vi abitano in termini di ricchezza, e nell'altro caso, invece, una società egualitaria, cioè una società in cui le persone hanno simili livelli di ricchezza e di stili di vita. La loro apparizione nel questionario era randomizzata e controbilanciata, quindi poteva apparire prima la serie di immagini relative alla società egualitaria e poi quella relativa alla società disuguale o viceversa. Le stesse immagini poi sono state utilizzate per il successivo compito VAAST.

Il compito era così costruito: per prima cosa veniva presentato sullo schermo un punto di fissazione (si veda Fig. 5), a cui i partecipanti dovevano rispondere premendo il tasto H in modo da andare avanti, dopodiché venivano mostrate contemporaneamente due immagini (si veda Fig. 6), una accanto all'altra, prese casualmente dalle serie di immagini precedentemente memorizzate. La coppia di immagini poteva quindi rappresentare una situazione di disuguaglianza socioeconomica o una situazione di equità socioeconomica. Una volta presentate sullo schermo le due immagini, sulla base delle istruzioni fornite, veniva chiesto ai partecipanti di premere uno di due tasti, Y o N, in modo da allontanarsi (tasto N) o avvicinarsi (tasto Y) alla coppia di immagini. Il compito prevedeva due blocchi, in cui erano inseriti 40 trials ciascuno e nei quali l'associazione fra tasto da premere e categoria di immagini era invertita. Nello specifico, in un blocco, ai partecipanti, veniva chiesto di premere il tasto Y (avvicinamento) se venivano mostrate immagini di situazioni di equità socioeconomica e di premere il tasto N (allontanamento) se venivano mostrate immagini di disuguaglianze socioeconomiche, mentre nell'altro blocco veniva chiesto, al contrario, di premere il tasto Y (avvicinamento) se venivano mostrate immagini di disuguaglianza e di premere il tasto N (allontanamento) se venivano mostrate immagini di equità socioeconomica. L'ordine di presentazione dei due blocchi era randomizzato e controbilanciato, per cui metà dei partecipanti vedevano come primo blocco quello relativo all'avvicinamento alle disuguaglianze e come secondo blocco quello relativo all'avvicinamento alle uguaglianze, mentre l'altra metà dei partecipanti aveva come primo blocco l'avvicinamento alle uguaglianze e come secondo blocco l'avvicinamento alle disuguaglianze. Per ogni blocco, inoltre, era prevista una sessione di allenamento con 10 trials ciascuna, per un totale di due sessioni di training, nelle quali veniva restituito un feedback in caso di errore. Nei blocchi non di prova ciò non avveniva.

Alla fine del compito VAAST, veniva chiesto ai partecipanti di tornare alla pagina del questionario, per terminarlo.

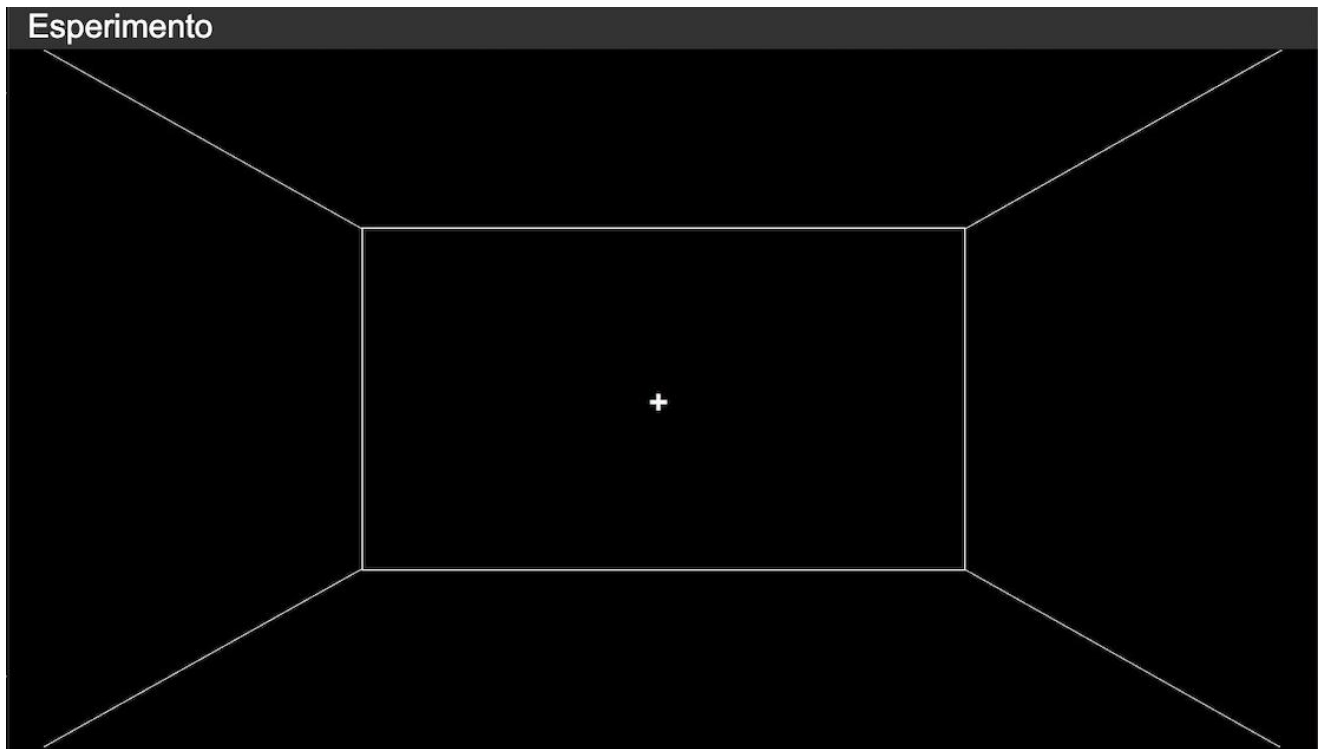


Fig. 5: Punto di fissazione del compito VAAST.

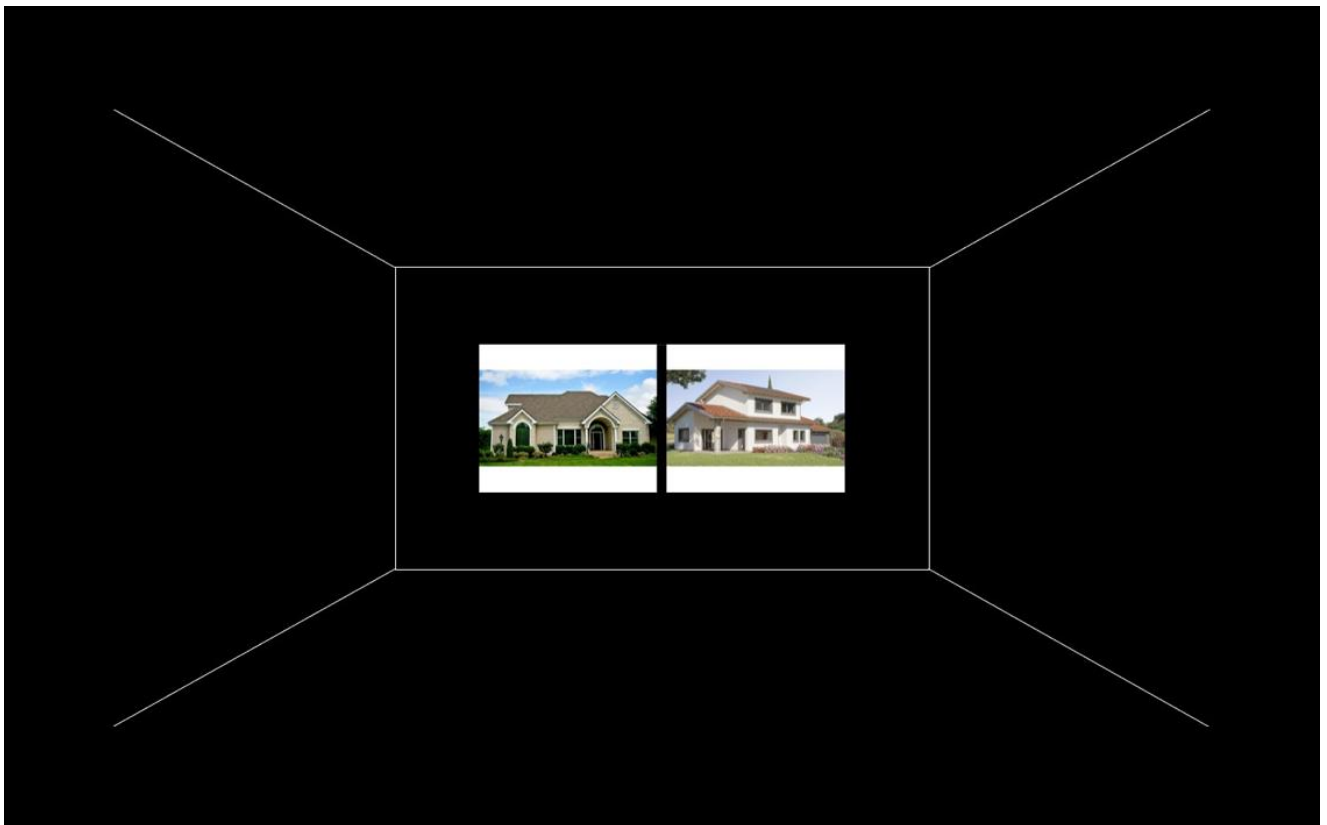


Fig. 6: Esempio di immagini nel compito VAAST nel momento in cui il partecipante doveva scegliere il tasto da premere (N o Y).

2.4.1 Studio *pre test* per le immagini del compito VAAST

Per verificare se le immagini del compito VAAST fossero davvero percepite dai soggetti come rappresentanti una società egualitaria le une e una società disuguale le altre, è stato effettuato un piccolo *pre-test* prima della diffusione del questionario sperimentale per poter selezionare le immagini. I partecipanti coinvolti sono stati 64.

All'interno del questionario del *pre-test* veniva chiesto di indicare quanto ogni coppia di immagini presentata (in totale 60 immagini), evocasse l'idea di una società egualitaria o disuguale, tramite uno slider che andava da estrema disuguaglianza (0) a estrema uguaglianza (100).

Al termine della presentazione di tutte le immagini veniva anche chiesto ai partecipanti di rispondere alle domande della scala SDO ed infine di fornire alcune informazioni sociodemografiche (età e genere).

Per l'analisi dei dati, le 30 immagini di ogni categoria, sono state ordinate da quella con punteggio più alto nella propria categoria fino a quella con punteggio più basso (vicino a 50), per cui nella categoria disuguaglianza quella con punteggio più alto era la più vicina a 0, mentre nella categoria uguaglianza era quella più vicina a 100. Di queste 30 immagini, poi, ne sono state selezionate 25 da poter usare nel compito VAAST del questionario sperimentale, selezionando quelle che meglio rappresentavano la propria categoria. In seguito, è stato condotto un *independent t test* fra le due categorie di immagini per vedere se esse differivano nella misura di "uguaglianza" percepita (variabile dipendente). È emerso che in effetti la differenza fra la categoria disuguaglianza ($M=12.00$, $SD=4.51$) e uguaglianza ($M=76.82$, $SD=2.82$) era significativa, $t(48) = -60.95$, $p < .001$.

Inoltre, per verificare che l'SDO non influenzasse il punteggio dato alle immagini, è stata effettuata una regressione semplice che aveva come predittore la variabile SDO e come variabile dipendente il punteggio attribuito alle immagini. È risultato che, con le immagini di disuguaglianza, tale regressione era significativa ($\beta = 2.76$, $SE = 1.79$, $t = 1.54$, 95% CI [-0.79, 6.33]). Allo stesso modo, la regressione non è risultata significativa neanche con le immagini di uguaglianza ($\beta = -4.49$, $SE = 2.93$, $t = -1.54$, 95% CI [-10.33, 1.34]), per cui SDO si è dimostrato non predittivo dei punteggi dati alle immagini.

CAPITOLO 3

RISULTATI

3.1 Analisi dei dati

L'analisi dei dati è stata condotta considerando le variabili pre manipolazione (Status Socioeconomico, Orientamento politico, RWA, SDO, MFQ-R e l'item sulla vicinanza psicologica) come variabili indipendenti (predittori) dello studio e le variabili post manipolazione (ESJ, Leader, Conseguenze e VAAST) come dipendenti. Di quest'ultime, l'ESJ, le Conseguenze e il Leader sono variabili rilevate a livello esplicito, cioè che misurano atteggiamenti espliciti, mentre la variabile VAAST è a livello implicito, cioè che misura atteggiamenti di tipo implicito.

Inizialmente, per ognuna delle variabili dipendenti, è stata calcolata la Media, la Deviazione standard e l'affidabilità tramite il coefficiente alpha di Cronbach (fatta eccezione per il VAAST) (si veda Tab. 3), dopodiché, per ciascuna, sono stati calcolati i coefficienti di correlazione (si veda par. 3.1.1) ed infine sono state effettuate le analisi di regressione (si veda par. 3.2).

	Media	Deviazione standard	Alpha di Cronbach
ESJ	2.71	0.80	.77
Leader	34.02	19.59	-
Conseguenze	71.32	14.42	.73
VAAST	-	-	.71*

Tab.3: Media, Deviazione standard e Affidabilità per ogni variabile dipendente.

*calcolata attraverso il coefficiente R di *Spearman–Brown split-half reliability* fra la prima metà e la seconda metà delle immagini

3.1.1 Correlazioni

Innanzitutto, sono state eseguite delle analisi di correlazione fra tutte le variabili pre-manipolazione dello studio. Da queste analisi, come si può notare dalla figura sotto riportata (Fig.1), sono emerse sia correlazioni positive che alcune correlazioni negative. Qui di seguito si vedranno più nel dettaglio.

La scala SDO è risultata correlata positivamente con Status Socioeconomico (SES), Orientamento politico e RWA; i fondamenti *Binding* sono risultati correlati positivamente con tutte le variabili ad eccezione della variabile SES; la vicinanza psicologica è risultata correlata positivamente con SES, Orientamento politico, RWA, SDO e negativamente con *Individualizing* e *Binding*; l'RWA è risultata correlata in modo positivo sia con SES che con SDO, come da ipotesi, poiché RWA e SDO entrambi misurano atteggiamenti più propri della destra; l'Orientamento politico è risultato correlato positivamente con SES ed infine i fondamenti *Individualizing* sono risultati correlati in modo negativo con SDO, RWA e SES, come da ipotesi, poiché SDO e RWA misurano atteggiamenti legati all'ideologia di destra e l'orientamento politico era costruito affinché punteggi più alti significassero maggiore vicinanza all'ideologia di destra e quindi maggiore era il punteggio nella variabile di orientamento politico e minore era *Individualizing*.

Di seguito sono presentate (si veda Fig. 7) tutte le correlazioni effettuate per ogni variabile pre-manipolazione. Nella figura è stata anche messa in evidenza l'intensità di ogni correlazione: colori chiari significano correlazioni deboli, colori scuri invece correlazioni forti.

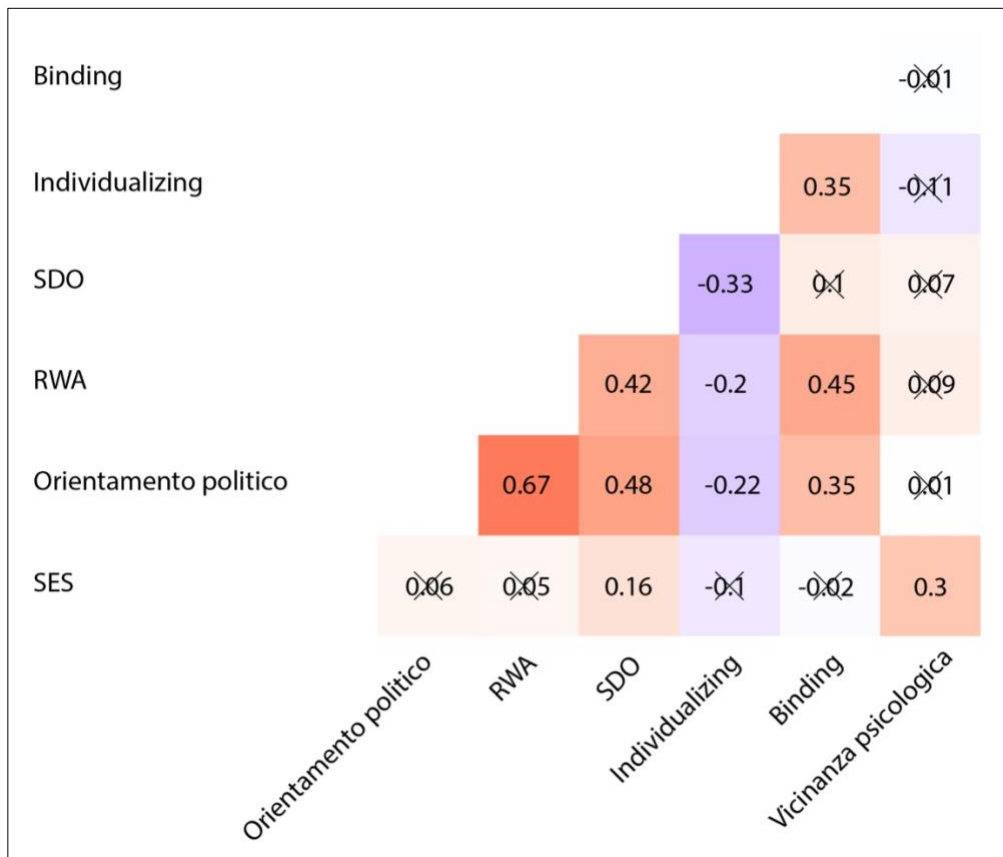


Fig. 7: Correlazioni r di *Pearson* (se il valore è crocettato la correlazione non è significativa).

Come si nota dalla figura (Fig. 7), la correlazione risultata più forte è quella fra RWA e Orientamento politico mentre le correlazioni più basse sono state quelle fra la vicinanza psicologica e l'orientamento politico e lo status socioeconomico e l'importanza attribuita ai fondamenti *binding*.

Di seguito si riporta anche una tabella con tutti i valori delle correlazioni e i corrispettivi *p-value*:

	Orientamento politico	RWA	SDO	Individualizing	Binding	Vicinanza psicologica
SES	.06(.37)	.05(.45)	.16(.02)	-.10(.13)	-.02(.76)	.30(<.001)
Orientamento politico	-	.67(<.001)	.58(<.001)	-.22(<.001)	.35(<.001)	.01(.35)
RWA		-	.42(<.001)	-.20(<.001)	.45(<.001)	.09(.30)
SDO			-	-.33(<.001)	.10(.08)	.07(.52)
Individualizing				-	.35(<.001)	-.11(.06)
Binding					-	-.01(.59)

Tab. 4: Correlazioni r di *Pearson* e *p-value*.

Dalla tabella (Tab. 4) si vede quindi che le correlazioni significative sono state quelle fra RWA ed SDO, *Binding* e *Individualizing*, SDO e *Individualizing*. L'orientamento politico è risultato correlato in modo significativo con tutte le variabili, ad eccezione della vicinanza psicologica, che ha correlazione significativa solo con lo status socioeconomico, ed anch'esso ha correlazione significativa solo con la vicinanza psicologica.

3.2 Verifica delle ipotesi

Dai risultati della presente ricerca ci si aspettava che gli atteggiamenti espliciti, misurati tramite la scala ESJ, l'item Leader e la scala Conseguenze, e gli atteggiamenti impliciti, misurati attraverso il compito VAAST, nei confronti delle disuguaglianze socioeconomiche, si modificassero, tramite la manipolazione sperimentale, verso una maggiore preoccupazione verso le disuguaglianze socioeconomiche, soprattutto nei conservatori, poiché nelle persone di sinistra la preoccupazione è presente a priori.

Di seguito, quindi, si descrivono e analizzano più nello specifico i risultati emersi dalle regressioni delle variabili dipendenti distinguendo fra esplicite e implicite.

3.2.1 Variabili esplicite

Per ciascuna delle tre variabili esplicite, è stata condotta un'analisi di regressione multipla in cui l'orientamento politico è stato considerato come predittore (variabile indipendente, pre-manipolazione) in interazione con due (N-1, nel nostro caso 3-1) variabili dicotomiche di tipo *dummy*, chiamate "gruppo *individualizing*", la prima, e "gruppo *binding*", la seconda, corrispondenti alle due condizioni della manipolazione sperimentale. Nello specifico, la variabile *dummy* "gruppo *individualizing*" era codificata 0 per il gruppo di controllo e 1 per la condizione *individualizing*, allo stesso modo la variabile *dummy* "gruppo *binding*" era codificata 0 per il gruppo di controllo e 1 per la condizione *binding*. Per semplicità, nel modello, queste due variabili sono state indicate con un'unica variabile chiamata Manipolazione.

Di seguito si riportano i risultati per ognuna delle tre variabili dipendenti esplicite dello studio.

Economic System Justification (ESJ)

Dall'analisi dei dati non sono emersi effetti significativi dall'interazione fra le variabili *dummy* gruppo *individualizing* e gruppo *binding* con il predittore Orientamento politico (si veda Tab.5). È però emerso che l'orientamento politico, senza l'interazione, ha un effetto significativo sui punteggi

dell'ESJ (si veda Tab. 5). Ciò vuol dire che, a prescindere dalla manipolazione sperimentale, all'aumentare dell'Orientamento politico (che indica un pensiero più conservatore) anche i punteggi di giustificazione del sistema aumentavano (si veda Fig.8).

	Estimate	Standard Error	t-value	p-value
Orientamento politico	.02	.00	6.26	<.001
Gruppo Individualizing	.13	.19	.68	.50
Gruppo Binding	- .04	.20	- .21	.84
Orientamento politico * Gruppo Individualizing	- .01	.01	- 1.26	.20
Orientamento politico * Gruppo Binding	.00	.01	.54	.58

Tab. 5: Valori di Estimate, errore standard, valori *t* e *p-value* per la variabile "ESJ".

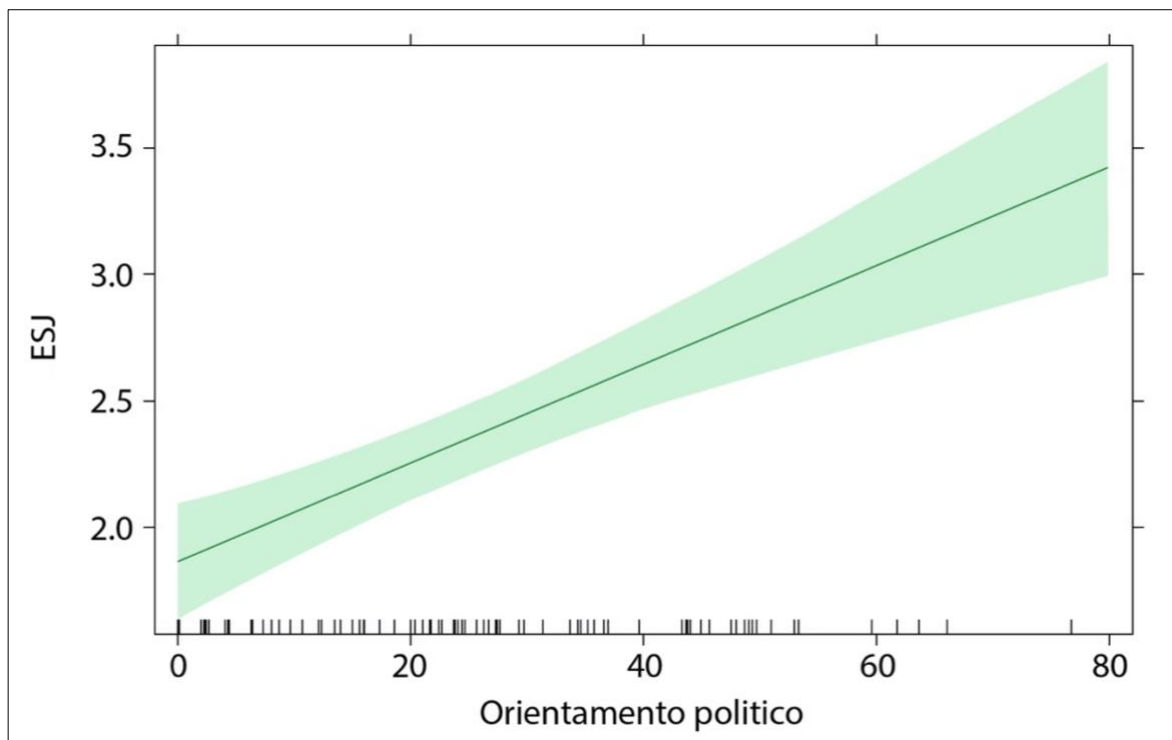


Fig. 8: Rappresentazione grafica della retta del modello di regressione per la variabile "ESJ", dove l'orientamento politico è rappresentato da un continuum che va da sinistra (0) a destra (100).

Leader

Anche nell'analisi di questa variabile dipendente non sono emersi effetti significativi dall'interazione fra le variabili *dummy* gruppo *individualizing* e gruppo *binding* e l'orientamento politico (si veda Tab. 6), quindi la manipolazione sperimentale non ha influenzato la scelta del leader. È risultato però che

l'orientamento politico, senza l'interazione, ha un effetto significativo e forte su questa variabile (si veda Tab. 46, ciò significa che, a prescindere dalla manipolazione, i conservatori prediligono leader di destra per la gestione delle disuguaglianze socioeconomiche, al contrario delle persone che hanno un'ideologia più vicina alla sinistra (si veda Fig. 9).

	Estimate	Standard Error	t-value	p-value
Orientamento politico	.73	.06	11.69	<.001
Gruppo Individualizing	-.69	3.44	-.20	.84
Gruppo Binding	-1.77	3.667	-.48	.63
Orientamento politico * Gruppo Individualizing	.03	.09	.38	.70
Orientamento politico * Gruppo Binding	.07	.10	.67	.50

Tab. 6: Valori di Estimate, errore standard, valori *t* e *p-value* per la variabile "Leader".

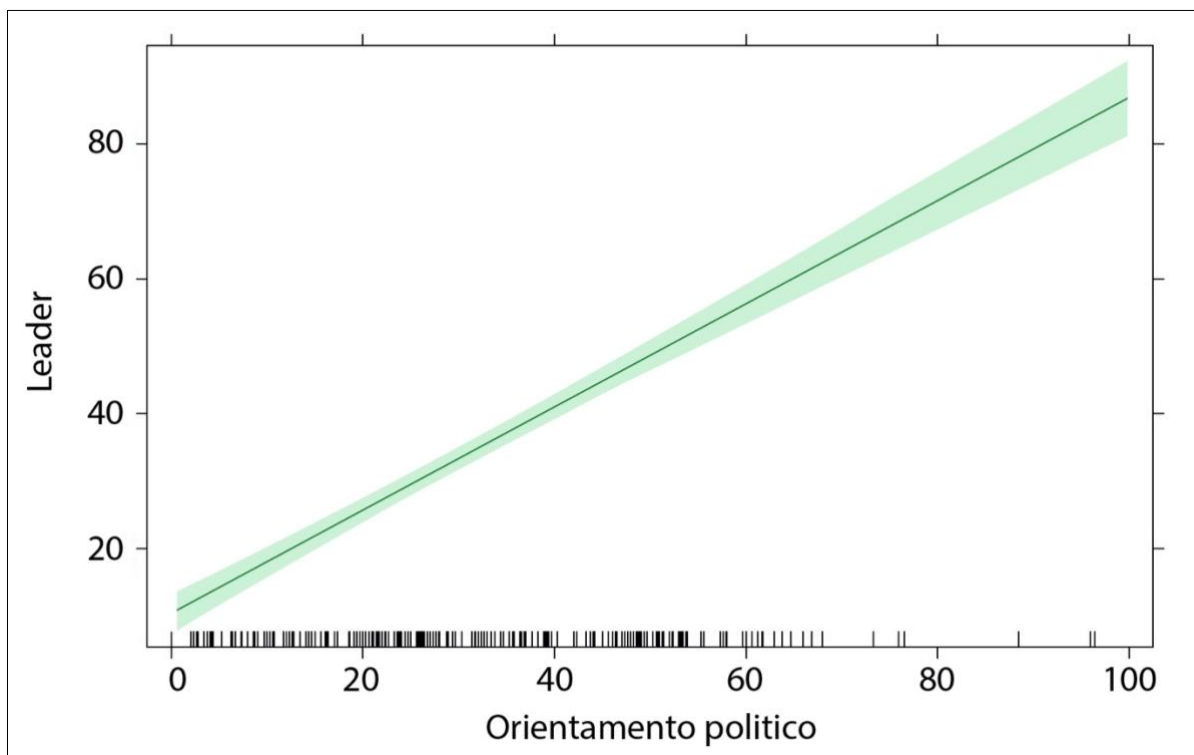


Fig. 9: Rappresentazione grafica della retta del modello di regressione per la variabile "Leader", dove l'orientamento politico è rappresentato da un continuum che va da sinistra (0) a destra (100).

Conseguenze

Anche per questa variabile non sono emersi effetti significativi dall'interazione fra le variabili *dummy* gruppo *individualizing* e gruppo *binding* e l'orientamento politico (si veda Tab. 7), ciò significa che

la manipolazione sperimentale non ha modificato le risposte dei partecipanti in questa scala rispetto alla condizione di controllo. Nuovamente, anche per la scala delle Conseguenze, è emerso che solo l’Orientamento politico, senza l’interazione, ha un effetto significativo sul punteggio di questa scala (si veda Tab. 7). Come si nota dalla tabella sotto riportata (Tab. 7), l’effetto dell’Orientamento politico sulla dipendente è in direzione negativa, questo significa che le persone di destra, le quali hanno punteggi più alti nell’Orientamento politico, hanno registrato, invece, punteggi più bassi nella scala Conseguenze (“per niente” = 0, “moltissimo” = 100) (si veda Fig. 10), per cui temono di meno le conseguenze delle disuguaglianze socioeconomiche rispetto alle persone di sinistra.

	Estimate	Standard Error	t-value	p-value
Orientamento politico	-.25	.07	- 3.63	<.001
Gruppo Individualizing	.55	3.84	.14	.88
Gruppo Binding	-.95	4.10	-.23	.81
Orientamento politico * Gruppo Individualizing	.04	.10	.42	.67
Orientamento politico * Gruppo Binding	.07	.12	.65	.52

Tab. 7: Valori di Estimate, errore standard, valori t e p-value per la variabile “Conseguenze”.

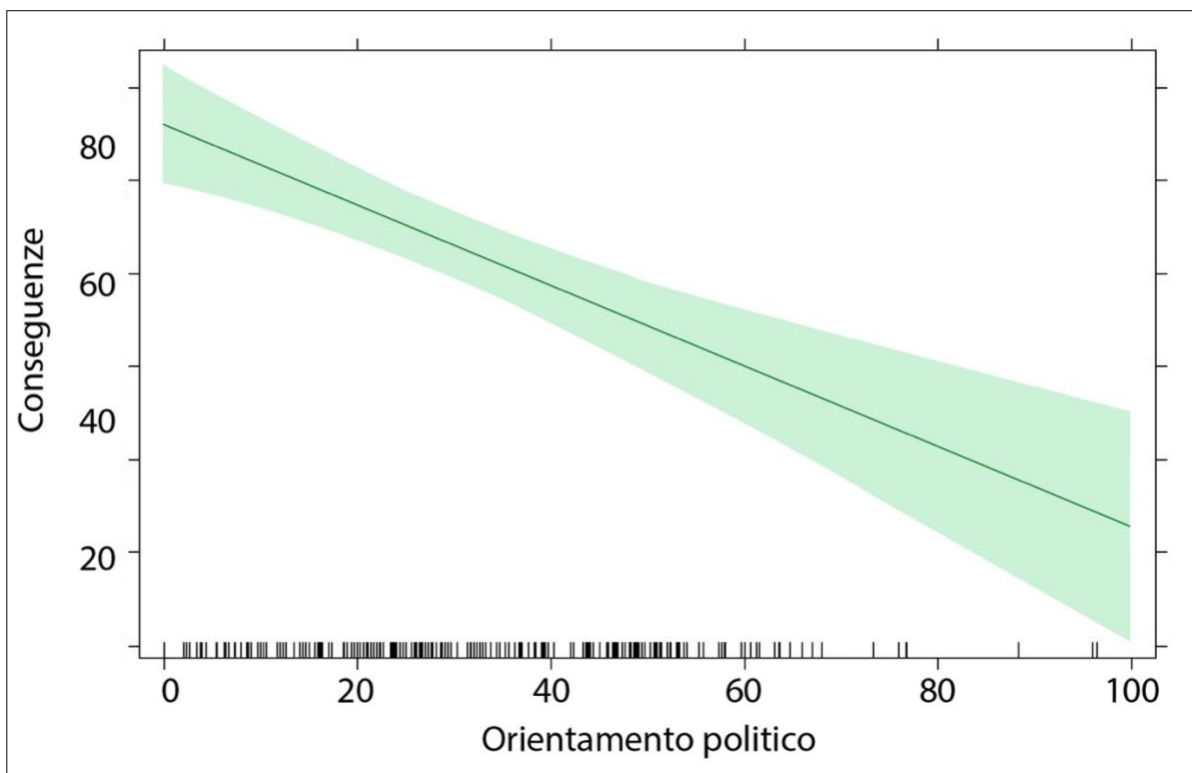


Fig. 10: Rappresentazione grafica della retta del modello di regressione delle “Conseguenze”, dove l’orientamento politico è rappresentato da un continuum che va da sinistra (0) a destra (100).

Dalle analisi effettuate sulle variabili dipendenti esplicite tramite i modelli di regressione multipla, per verificare l'effetto della manipolazione, emerge quindi che l'orientamento politico, in interazione con le due variabili *dummy*, non ha avuto alcun effetto significativo su di esse. Gli unici effetti significativi emersi sono stati quelli dell'orientamento politico senza l'interazione di nessuna delle due variabili di tipo *dummy* (gruppo *individualizing* e gruppo *binding*). Sembra quindi che i punteggi di ESJ, Conseguenze e Leader siano stati influenzati solo dall'orientamento politico espresso dal partecipante prima della manipolazione, a prescindere dalle condizioni sperimentali. A livello esplicito, quindi, la manipolazione sperimentale non ha sortito alcun effetto.

3.2.2 Variabile implicita

Per l'analisi degli effetti della variabile implicita, invece, è stata usata una regressione lineare multilivello (*linear mixed model*) a tre vie, dove la variabile dipendente del modello, denominata Preferenza per l'avvicinamento, è rappresentata da un indice di differenza fra il tempo di reazione nell'evitamento e il tempo di reazione nell'avvicinamento, per ogni immagine presentata ai partecipanti (Preferenza per l'avvicinamento = RT evitamento – RT avvicinamento). Questo vuol dire che un valore positivo di Preferenza per l'avvicinamento indicava un tempo di reazione maggiore nell'evitamento e uno minore nell'avvicinamento nella stessa immagine, cioè la persona si allontanava più lentamente dallo stimolo e si avvicinava più velocemente. Un valore di Preferenza per l'avvicinamento negativo, invece, indicava un tempo di reazione minore nell'evitamento rispetto all'avvicinamento, cioè la persona si allontanava più velocemente e si avvicinava più lentamente nella stessa immagine.

I tre effetti fissi del modello erano la Categoria dell'immagine (uguaglianza/disuguaglianza), il Gruppo, cioè la manipolazione sperimentale (*individualizing/binding*), e l'Orientamento politico, che era anche l'unica variabile continua. Gli effetti random erano invece l'ID del partecipante e l'ID dello stimolo (cioè dell'immagine presentata).

Dall'analisi dei dati tramite la regressione lineare multilivello (*linear mixed model*) è emerso che l'effetto principale della categoria dell'immagine presentata era significativo (si veda Tab. 8) (Disuguaglianza: $M = -105.56$, $SD = 394.24$; Uguaglianza: $M = 92.06$, $SD = 390.59$), cioè i tempi di reazione dei partecipanti, nell'evitamento e nell'avvicinamento, in base alla categoria dell'immagine, sono stati diversi, a prescindere dalle interazioni e dalle altre variabili. Nella categoria Uguaglianza i tempi di reazione dei partecipanti sono stati maggiori nell'allontanamento (quindi più lenti) e minori nell'avvicinamento, cioè i partecipanti hanno impiegato tendenzialmente più tempo ad allontanarsi e

meno tempo ad avvicinarsi; nella categoria Disuguaglianza, invece, i tempi di reazione dei partecipanti sono stati minori nell'allontanamento e maggiori nell'avvicinamento, cioè i partecipanti hanno impiegato di meno ad allontanarsi e di più ad avvicinarsi alle immagini. A seconda della categoria quindi è cambiato il modo di approcciarsi alle immagini: in generale i partecipanti hanno preferito le immagini di uguaglianza rispetto a quelle di disuguaglianza poiché si avvicinavano più velocemente ad esse.

Si riportano di seguito, in una tabella, tutti gli effetti emersi dal modello con i rispettivi Intervalli di Confidenza (CI).

	Estimate	Standard Error	t-value	CI [2.5%, 97.5%]
Categoria Uguaglianza	324.20	29.68	10.92	266.24, 382.22
Gruppo Individualizing	9.07	35.52	.25	- 60.10, 78.13
Gruppo Binding	24.91	37.82	.66	- 48.68, 98.47
Orientamento politico	1.24	.65	1.91	-.03, 2.50
Categoria Uguaglianza* Gruppo Individualizing	- 117.21	46.19	- 2.54	- 207.79, - 26.80
Categoria Uguaglianza* Gruppo Binding	- 197.42	49.24	- 4.01	- 293.98, - 101.04
Categoria Uguaglianza* Orientamento politico	- 3.93	.83	- 4.7	- 5.56, - 2.29
Gruppo Individualizing* Orientamento politico	- 0.63	0.92	- .68	- 2.43, 1.18
Gruppo Binding* Orientamento politico	- 1.29	1.06	- 1.22	- 3.35, 0.77
Categoria Uguaglianza* Gruppo Individualizing* Orientamento politico	3.51	1.19	2.94	1.16, 5.84
Categoria Uguaglianza* Gruppo Binding* Orientamento politico	5.78	1.37	4.23	3.09, 8.45

Tab. 8: Risultati della regressione multilivello sulla variabile "VAAST".

Inoltre, come si vede dalla tabella sopra riportata (Tab. 8), sia l'interazione a tre vie fra Categoria, gruppo *Binding* e Orientamento Politico che quella fra Categoria, gruppo *Individualizing* e Orientamento Politico sono risultate significative. Ciò significa che le tre condizioni sperimentali differiscono nell'effetto sulla variabile dipendente Preferenza per l'avvicinamento. Nello specifico, in tutte e due le condizioni (*binding e individualizing*) si vede che, con le immagini di Uguaglianza, la variabile Preferenza per l'avvicinamento incrementa all'aumentare dell'Orientamento politico (in cui 0 = sinistra e 100 = destra). Nelle condizioni di manipolazione sperimentale, quindi, più le persone erano di destra e più la Preferenza per l'uguaglianza aumentava, cioè diminuiva il tempo di reazione nell'avvicinamento alle immagini di uguaglianza. Si può però notare dalla tabella 6 che, nella condizione *Binding*, il punteggio della variabile dipendente aumenta di più rispetto al gruppo *Individualizing* ciò significa che per i conservatori è stata più efficace la condizione *frame binding* che la condizione *frame individualizing* poiché l'incremento del punteggio legato al VAAST (che indica una preferenza per l'uguaglianza) è più alto nel *frame binding* che nell'altra condizione. Infine, si osserva anche che l'interazione a due vie fra Categoria dell'immagine e Gruppo (quindi condizione) è in entrambi i casi significativa, ciò vuol dire che il gruppo di controllo è diverso dal gruppo *individualizing* e dal gruppo *binding*.

Per comprendere meglio l'interazione a tre vie sopra descritta, è stata eseguita un'analisi più specifica per ogni condizione sperimentale, dove è stato eliminato il fattore Gruppo dal modello, dividendo così il data frame nelle tre condizioni previste dallo studio: controllo, condizione *binding*, condizione *individualizing*. In questi modelli, quindi, si avevano come predittori solo i due fattori fissi Categoria (cioè condizioni) e Orientamento politico, mentre i fattori random sono rimasti invariati.

Di seguito, si presentano quindi i risultati specifici di ciascuna condizione.

Condizione di controllo

In questa condizione, l'interazione a due vie fra Categoria Uguaglianza e Orientamento Politico è risultata significativa (si veda Tab. 9), infatti, come si vede dal grafico sotto riportato (Fig. 11), la Preferenza per l'avvicinamento alle immagini di uguaglianza diminuisce all'aumentare dell'Orientamento politico, quindi le persone di sinistra hanno una maggiore Preferenza per l'avvicinamento alle immagini di uguaglianza rispetto alle persone di destra. Le *simple slope analysis* rivelano infatti che solo per le immagini di uguaglianza le persone di sinistra mostrano maggiore Preferenza all'avvicinamento nel compito VAAST in confronto alle persone di destra (si veda Tab. 10).

Nelle immagini di disuguaglianza, invece non si è riscontrata una differenza significativa nel punteggio del VAAST fra conservatori e progressisti (si veda Tab. 10).

	Estimate	Standard Error	t-value	CI [2.5%, 97.5%]
Categoria Uguaglianza	324.27	23.55	- 5.76	266.29, 382.26
Orientamento politico	1.26	.67	1.88	- .05, 2.58
Categoria Uguaglianza* Orientamento politico	- 3.94	0.83	- 4.72	- 5.57, - 2.30

Tab. 9: Risultati della regressione multilivello a due vie per la condizione di controllo.

	Trend	Standard Error	Df	Lower CL	Upper CL
Disuguaglianza	1.27	.67	201	- .06	2.59
Uguaglianza	- 2.67	.65	175	- 3.95	- 1.39

Tab. 10: Trend delle categorie Disuguaglianza e Uguaglianza per la condizione di controllo.

Condizione *frame individualizing*

In questa condizione, l'interazione fra Categoria Uguaglianza e Orientamento Politico invece non è risultata significativa (si veda Tab. 11). Non è emersa, quindi, una differenza significativa nella Preferenza per l'avvicinamento alle immagini di uguaglianza fra persone di sinistra e persone di destra.

Come si vede dal grafico sotto riportato (Fig. 11) la Preferenza per l'avvicinamento alle immagini di uguaglianza è aumentata nelle persone di destra rispetto ai corrispettivi della condizione di controllo, però in questa condizione, a differenza del gruppo di controllo, non è emersa una differenza significativa fra sinistra e destra nelle immagini di uguaglianza (si veda Tab. 12). Infine, anche in questo caso, non è emersa una differenza significativa fra sinistra e destra nelle immagini di disuguaglianza (si veda Tab. 12).

	Estimate	Standard Error	t-value	CI [2.5%, 97.5%]
Categoria Uguaglianza	206.78	35.74	5.78	136.65, 276.84
Orientamento politico	.61	.70	.87	- .76, 1.98
Categoria Uguaglianza* Orientamento politico	- .42	.86	- .48	- 2.10, 1.27

Tab. 11: Risultati della regressione multilivello a due vie per la condizione *frame individualizing*.

	Trend	Standard Error	Df	Lower CL	Upper CL
Disuguaglianza	.61	.70	174	- .78	2.00
Uguaglianza	.19	.68	153	- 1.16	1.54

Tab. 12: Trend delle categorie Disuguaglianza e Uguaglianza per la condizione *frame individualizing*.

Condizione *frame binding*

Anche in questa condizione, l'interazione fra Categoria Uguaglianza e Orientamento Politico non è risultata significativa (si veda Tab. 13).

Dal grafico (Fig. 11) si può vedere che, al contrario della condizione precedente, la Preferenza per l'avvicinamento alle immagini di uguaglianza cresce all'aumentare dell'Orientamento politico, difatti la direzione è positiva, cioè le persone di destra hanno una maggiore preferenza per l'avvicinamento alle immagini di uguaglianza rispetto alle persone di sinistra. L'esistenza di questa differenza fra sinistra e destra si può vedere anche nelle *simple slope analysis* poiché le persone di destra mostrano maggiore Preferenza per l'avvicinamento per le immagini di uguaglianza rispetto alle persone di sinistra (si veda Tab. 14).

Per le immagini di disuguaglianza ancora una volta non si è riscontrato una differenza statisticamente significativa fra persone con orientamento più vicino alla destra e persone con orientamento più vicino alla sinistra (si veda Tab. 14).

	Estimate	Standard Error	t-value	CI [2.5%, 97.5%]
Categoria Uguaglianza	125.66	38.94	3.23	49.39, 201.93
Orientamento politico	- .05	.76	-.06	- 1.54, 1.45
Categoria Uguaglianza* Orientamento politico	1.85	1.07	1.73	- 0.25, 3.94

Tab. 13: Risultati della regressione multilivello a due vie per la condizione *frame binding*.

	Trend	Standard Error	Df	Lower CL	Upper CL
Disuguaglianza	- .05	0.77	220	- 1.56	1.46
Uguaglianza	1.80	0.75	218	0.33	3.28

Tab. 14: Trend delle categorie Disuguaglianza e Uguaglianza per la condizione *frame binding*.

Di seguito si riporta il grafico (Fig. 11) che presenta tutti i risultati dell'analisi dei dati proveniente dal compito VAAST. Si sottolinea che l'asse dell'Orientamento politico indica un continuum fra orientamento di sinistra e orientamento di destra, in cui lo 0 rappresenta la sinistra e il 100 la destra.

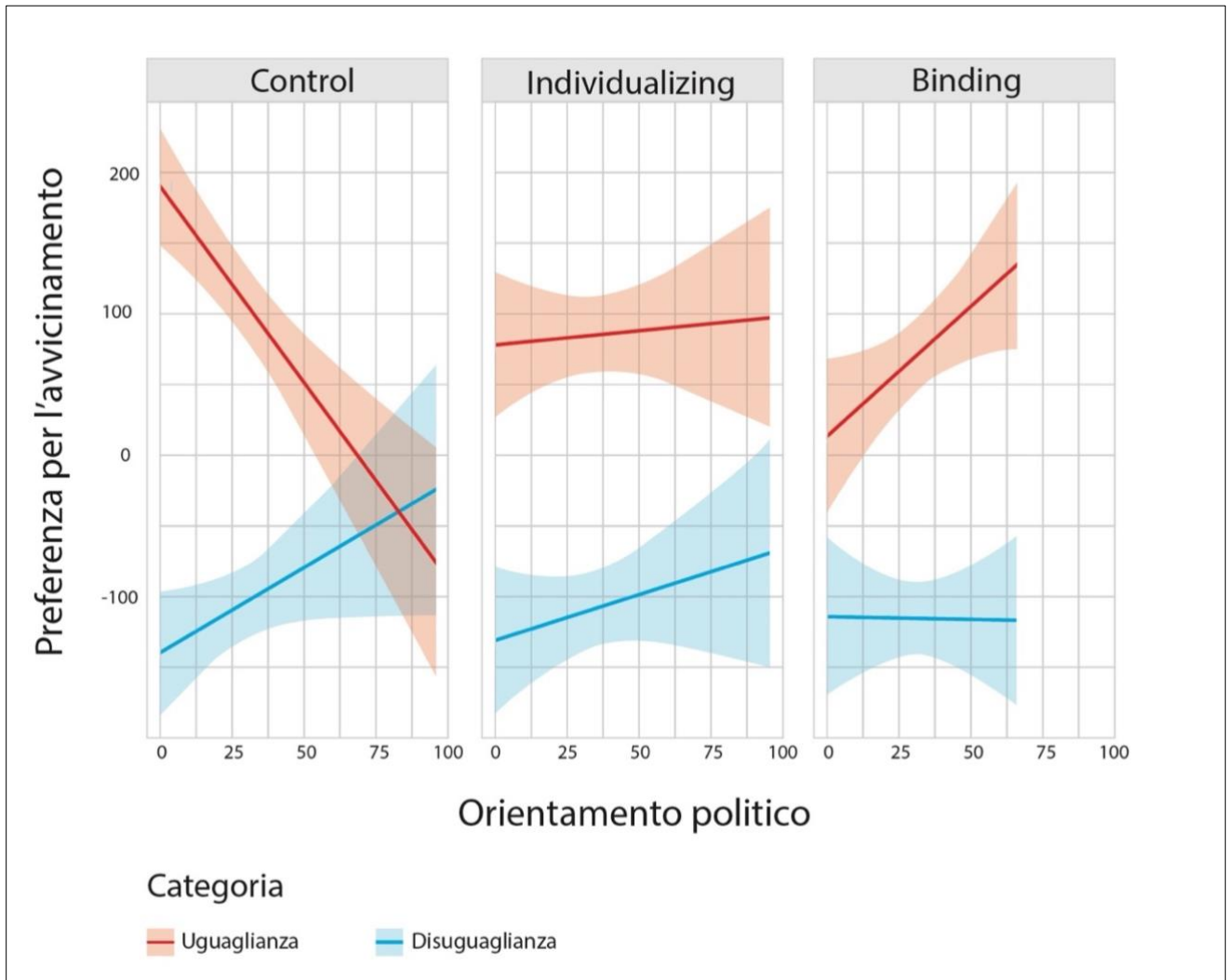


Fig. 11: Rappresentazione grafica delle rette dei modelli di regressione per ogni condizione sperimentale dello studio.

Con lo scopo di capire se anche la condizione *individualizing* e la condizione *binding* fossero diverse tra loro, a seconda dell'orientamento politico dei partecipanti, è stata eseguita la stessa analisi a tre vie ma utilizzando una diversa tecnica di codifica per le variabili *dummy* e cioè l'*Helmert coding* (o contrasto ortogonale). Questa nuova tecnica di codifica permetteva di confrontare i due gruppi sperimentali con il controllo (variabile denominata codifica 1) e i due gruppi sperimentali tra di loro (variabile denominata codifica 2). Gli effetti del modello testato, fissi e random, sono rimasti gli stessi del modello a tre vie sopra descritto.

I risultati emersi da quest'ultima analisi indicano che vi è una differenza significativa (*estimate* = 4.64, SE =1.08, *t*= 4.29, 95% CI [2.52, 6.76]) fra le due condizioni sperimentali e il controllo, cioè nell'interazione fra orientamento politico, categoria dell'immagine e codifica 1 mentre l'interazione fra orientamento politico, categoria dell'immagine e codifica 2, al contrario, non è risultata significativa (*estimate* = 2.27, SE =1.38, *t*= 1.65, 95% CI [- .43, 4.97]), quindi non è emersa una differenza fra la condizione *individualizing* e la condizione *binding* in base all'orientamento politico dei partecipanti, però, come si è visto dalla precedente regressione multilivello, è chiaro che il *frame binding* fosse più efficace rispetto a quello *individualizing* per i conservatori nella modifica degli atteggiamenti impliciti nei confronti delle disuguaglianze socioeconomiche.

Le analisi dei dati, sia per le variabili implicite che per le esplicite, sono state effettuate anche tramite altre equazioni del modello, in modo da verificare se, modificando i predittori, nello specifico usando i punteggi di RWA e SDO, gli effetti significativi potessero cambiare. I risultati emersi da queste ulteriori analisi però sono rimasti invariati rispetto a quelli qui descritti, sia usando RWA che SDO, per cui in questo elaborato si è riportato e commentato solo i risultati dei modelli sopra spiegati.

CAPITOLO 4

CONCLUSIONI

4.1 Discussione

Dalla letteratura vi sono numerose evidenze che le persone con un'ideologia politica più vicina al centro-destra siano meno preoccupate delle disuguaglianze socioeconomiche e più propense ad accettarle o comunque giustificarle rispetto alle persone con un'ideologia politica più vicina al centro-sinistra, le quali invece si caratterizzano per una maggiore tendenza a rifiutarle (Jost et al., 2003; Jost et al., 2008). Dal momento che ad oggi le disuguaglianze sono in costante aumento e rappresentano una minaccia per il benessere di tante persone (Oxfam, 2022), la presente ricerca ha indagato una possibile modalità tramite cui rendere questa tematica maggiormente saliente, soprattutto fra i conservatori, facendo riferimento alla Teoria dei Fondamenti Morali (Haidt & Graham, 2007; Graham, Haidt & Nosek, 2009) e all'effetto *framing* (Tversky & Kahneman, 1986). Nello specifico, la presente ricerca ha indagato se un diverso *moral framing* nella presentazione di un messaggio, riguardante l'importanza della riduzione delle disuguaglianze socioeconomiche, potesse essere efficace nel modificare l'atteggiamento esplicito ed implicito delle persone verso tale tematica, promuovendo atteggiamenti maggiormente egualitari. Per verificarlo, è stato condotto uno studio in cui è stato manipolato il *frame* di un messaggio, presente alla fine di un video riguardante le disuguaglianze socioeconomiche dovute al Covid-19, che, in un caso, utilizzava termini che richiamavano i fondamenti morali vincolanti (autorità, fedeltà e purezza) e, nell'altro, termini che richiamavano i fondamenti morali individualizzanti (cura e giustizia). Lo studio prevedeva anche un gruppo di controllo a cui era stato mostrato un video neutro (il cui contenuto era il montaggio di un tavolo) e in cui non appariva alcun messaggio alla fine.

I risultati emersi dalle prime analisi hanno mostrato che, la visione del video tramite *frame binding*, non ha suscitato alcuna modifica degli atteggiamenti nei confronti delle disuguaglianze socioeconomiche in nessuna delle tre variabili esplicite, al contrario di ciò che era stato ipotizzato. Anche la visione del messaggio tramite *frame individualizing*, non ha suscitato una modifica degli atteggiamenti nei confronti delle disuguaglianze socioeconomiche. Si è però osservato che l'orientamento politico, a prescindere dal *moral framing* utilizzato nel messaggio, prediceva in modo

significativo i punteggi delle variabili esplicite dipendenti rilevate dopo la manipolazione. In particolare, più le persone erano vicine all'orientamento politico di destra e più aumentavano i punteggi nella giustificazione del sistema (ESJ), ed inoltre, aumentava anche la preferenza per leader di destra nella gestione delle disuguaglianze socioeconomiche. Coerentemente, inoltre, più le persone erano vicine all'orientamento politico di destra e meno temevano le conseguenze delle disuguaglianze socioeconomiche. A livello esplicito, quindi, le risposte dei partecipanti sembra siano state influenzate solo dall'orientamento politico auto-riportato all'inizio del questionario, a prescindere dalla condizione sperimentale. In sintesi aver visto il video con il *moral frame individualizing* o il *moral frame binding*, non sembra aver sortito alcun effetto a livello di atteggiamenti espliciti verso le disuguaglianze socioeconomiche, sia nei conservatori che nei liberali, al contrario di ciò che si prevedeva nelle ipotesi. Probabilmente, le differenze relative agli atteggiamenti nei confronti delle disuguaglianze, nelle persone con orientamento politico diverso, sono talmente forti e di carattere identitario che a livello esplicito, consapevole, risultano essere difficilmente modificabili. In questo modo solo l'ipotesi riguardante le persone di sinistra è stata confermata dallo studio.

A livello implicito, invece, le analisi hanno riportato esiti ben diversi ed incoraggianti, infatti, dai dati provenienti dal compito VAAST, sembra invece che la visione del video attraverso i due diversi *moral frame*, abbia avuto l'effetto ipotizzato e che quindi abbia modificato gli atteggiamenti impliciti dei partecipanti promuovendo un atteggiamento più positivo verso l'uguaglianza e negativo verso le disuguaglianze. Come da ipotesi, si è visto che, senza l'influenza del *moral framing* (condizione di controllo), le persone di sinistra hanno mostrato un atteggiamento automatico più positivo per le immagini rappresentanti situazioni di uguaglianze socioeconomica (ovvero sono stati più veloci ad avvicinarsi a tali immagini) rispetto alle persone di destra. Al contrario, in entrambe le condizioni, *binding* e *individualizing*, la preferenza per le immagini di uguaglianza aumentava nei conservatori, anche se questa preferenza era leggermente maggiore nella condizione *frame binding* rispetto a quella di *frame individualizing*. In particolare, si è osservato che i conservatori nella condizione *binding* preferivano di più (in termini di velocità nei tempi di avvicinamento) le immagini di uguaglianza, rispetto alle persone di destra del gruppo di controllo e anche rispetto alle persone di sinistra nella stessa condizione. Coerentemente con le ipotesi dello studio e con letteratura (MFT, Haidt & Graham, 2007) infatti, ci si aspettava che i conservatori, esposti ad un messaggio presentato con *frame binding*, modificassero il loro atteggiamento nei confronti dell'uguaglianza e disuguaglianze socioeconomica, effetto che invece ci si aspettava non avvenire nelle persone di sinistra. Come accennato sopra, i conservatori, però, hanno mostrato una maggiore preferenza per le immagini di uguaglianza anche nella condizione di *frame individualizing*, al contrario di ciò che era stato ipotizzato. Questo risultato

inaspettato, potrebbe essere spiegato dal fatto che, in linea con la Teoria dei Fondamenti Morali (Haidt & Graham, 2007; Graham, Haidt & Nosek, 2009), le persone di destra reputano importanti tutti e cinque i fondamenti e perciò potrebbero essere persuase anche da messaggi presentati attraverso la cornice dei fondamenti morali di cura e giustizia. Un'altra possibile spiegazione, però, è che questo risultato sia legato alla presentazione di un messaggio persuasivo riguardo le disuguaglianze e quindi dovuto solo al fatto di aver parlato di tale tematica, qualunque fosse il *frame*.

Nelle persone di sinistra, invece, è emerso che il messaggio presentato tramite fondamenti morali vincolanti non ha avuto alcun effetto sugli atteggiamenti nei confronti delle disuguaglianze, come da ipotesi e, anzi, nelle immagini di uguaglianza, la preferenza è addirittura diminuita rispetto al controllo. Ci sono diversi studi, infatti, in cui si evidenzia che le persone di sinistra sono meno persuase dai fondamenti morali vincolanti rispetto alle persone di destra (Wolsko et al., 2016). Anche nella condizione in cui il messaggio era presentato tramite il *frame individualizing*, non si è riscontrato un effetto sugli atteggiamenti impliciti da parte liberali, cioè, rispetto alle persone di sinistra del controllo, non è aumentata la preferenza per le immagini di uguaglianza. In accordo con le ipotesi e con la letteratura, difatti, le persone di sinistra hanno una maggiore tendenza a preoccuparsi per le disuguaglianze socioeconomiche a priori (Jost et al. 2009) e quindi, anche senza l'esposizione ad un messaggio contenente la minaccia delle disuguaglianze socioeconomiche tramite fondamenti morali individualizzanti, possono mostrarsi sensibili verso questa tematica.

Si può quindi dire che la manipolazione ha agito maggiormente negli atteggiamenti impliciti aumentando la preferenza verso le immagini di uguaglianza.

4.1.2 Limiti e direzioni future

Il presente studio prevedeva la somministrazione del questionario esclusivamente online e al computer e questo potrebbe aver costituito un limite nella diffusione del questionario e nel reclutamento dei partecipanti, poiché non tutte le persone hanno a disposizione un pc e poiché le persone più anziane potrebbero non avere abbastanza dimestichezza al computer da riuscire a compilare il questionario, rischiando così di escludere questa fascia di popolazione. Lo studio, inoltre, non è stato effettuato all'interno di un setting laboratoriale dove si è certi che i partecipanti fossero privi di distrazioni e focalizzati sul compito.

Sarebbe poi importante replicare lo studio con un campione più omogeneo, dato che nel presente studio i partecipanti erano perlopiù giovani sotto i 30 anni, di sesso femminile (le donne erano più del doppio degli uomini) e per la maggior parte studentesse o studenti universitari, soprattutto della scuola di Psicologia dell'Università Degli Studi di Padova, che quindi potevano essere già più sensibili alle

tematiche riguardanti le disuguaglianze. Inoltre, il questionario è risultato essere molto lungo, spesso i partecipanti riportavano come commento questo feedback e, in effetti, nel corso della raccolta dati si sono registrati molti abbandoni, basti pensare che le persone che hanno aperto il questionario sono state in totale 348 e coloro che lo hanno terminato del tutto, incluso il VAAST, sono state solo 211. In aggiunta, sarebbe interessante provare a indagare questi atteggiamenti con uno studio longitudinale, nel quale i partecipanti ricevono una (o più) somministrazioni del questionario privo di manipolazione, a distanza di qualche giorno o settimana, in modo da verificare se l'effetto della manipolazione perdura nel tempo e, quindi, se il campione su cui è avvenuta una modifica degli atteggiamenti continua a mostrare atteggiamenti impliciti più preoccupanti verso le disuguaglianze socioeconomiche rispetto al questionario iniziale. Sarebbe, inoltre, utile uno studio futuro in cui è presente una condizione neutra in cui si parla di questa tematica, ma senza usare un *frame* morale, in modo da verificare se è proprio per questa ragione che nel presente studio non abbiamo ottenuto effetti significativamente diversi tra le due condizioni sperimentali, poiché, con questo studio non possiamo sapere se si tratta di un effetto dovuto al *moral framing* o solo al fatto di aver parlato della tematica, a prescindere dal *frame*.

Infine, sarebbero utili ulteriori studi relativi all'applicazione del *moral framing* sulla tematica delle disuguaglianze socioeconomiche, poiché il presente studio è uno dei primi su tale argomento; interessanti potrebbero essere soprattutto ricerche riguardo la modifica degli atteggiamenti impliciti, visti i risultati incoraggianti presentati in questa tesi.

BIBLIOGRAFIA

- Adorno, T. W., Frenkel-Brunswik, E., Levinson, J. D. & Sanford, R. N. (1950). The Authoritarian Personality. *American Political Science Review*, 44(4), 1005-1006.
- Aiello, A., Chirumbolo, A., Leone, L., & Pratto, F. (2005). Uno studio di adattamento e validazione della Scala di orientamento. *Rassegna di Psicologia*, 22(3), 65-0.
- *Altemeyer, B. (1981). *Right-wing authoritarianism*. Winnipeg, Manitoba, Canada: University of Manitoba Press.
- *Altemeyer, B. (1988). *Enemies of freedom: Understanding right-wing authoritarianism*. Jossey-Bass.
- Altemeyer, R. A., & Altemeyer, B. (1996). *The authoritarian specter*. Harvard University Press.
- Aubé, B., Rougier, M., Muller, D., Ric, F., & Yzerbyt, V. (2019). The online-VAAST: a short and online tool to measure spontaneous approach and avoidance tendencies. *Acta Psychologica*. doi:10.1016/j.actpsy.2019.102942.
- Bilsky, W. & S. H., Schwartz (1994). Values and personality. *European Journal of Personality*, 8, 163-181.
- Bobbio, A., Nencini, A., & Sarrica, M. (2011). *Versione italiana del MFQ*.
- Caprara, G. V., Schwartz, S., Capanna, C., Vecchione, M. & Barbaranelli, C. (2006). Personality and politics: Values, traits, and political choice. *Political psychology*, 27(1), 1-28.
- Caricati, L. (2008). Development and validation of a scale for measuring the Economic System Justification (ESJ). *Bollettino di Psicologia Applicata*, 254, 53-58.
- *Carraro, L. & Bertolotti, M., M. (2020) La psicologia politica, in Andrighetto, L., Riva, P. (ed.). *Psicologia sociale: fondamenti teorici ed evidenze empiriche*, 329- 351.
<http://hdl.handle.net/10807/151069>
- Carraro, L., Castelli, L. & Macchiella, C. (2011). The Automatic Conservative: Ideology-Based Attentional Asymmetries in the Processing of Valenced Information. *PLoS ONE*, 6 (11), e26456. doi:10.1371/journal.pone.0026456.
- Carraro, L., Castelli, L. & Negri, P. (2016). The hand in motion of liberals and conservatives reveals the differential processing of positive and negative information. *Acta Psychologica*, 168, 78–84. <http://dx.doi.org/10.1016/j.actpsy.2016.04.006>.
- *Castelli, L. & Carraro, L. (2011). Ideology is related to basic cognitive processes involved in attitude formation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47, 1013–1016.
doi:10.1016/j.jesp.2011.03.016.
- Catellani, P. (2011). *Psicologia Politica*. Bologna: *Il Mulino*.

- Day, M., V., Fiske, S., T., Downing, E., L. & Trail, T., E. (2013). Shifting Liberal and Conservative Attitudes Using Moral Foundations Theory. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40 (12), 1559–157. DOI: 10.1177/0146167214551152.
- De Vreese, C., H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document Design*, 13 (1), 51-62.
- *De Witte, H. (2004). Ideological Orientation and values. *Encyclopedia of applied psychology*, 2, 249-258.
- Di Stefano, G., & Roccato, M. (2005). *Una banca dati per misurare l'orientamento alla dominanza sociale in Italia*.
- *Duckitt, J., & Sibley, C., G. (2007). Right wing authoritarianism, social dominance orientation and the dimensions of generalized prejudice. *European Journal of Personality*, 21(2), 113-130.
- *Duckitt, J., & Sibley, C., G. (2009). A Dual-Process Motivational Model of Ideology. *Politics, and Prejudice, Psychological Inquiry*, 20 (2-3), 98-109, DOI: 10.1080/10478400903028540
- Duckett, J. & Sibley, C., G. (2010). Personality, Ideology, Prejudice, and Politics: A Dual-Process Motivational Model. *Journal of Personality*, 78 (6), 1861-1894. DOI: 10.1111/j.1467-6494.2010.00672.x.
- Duckett J. (2001). A dual-process cognitive-motivational theory of ideology and prejudice. *Advances in experimental social psychology*, 33, 41-113.
- Entman, R., M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- *Feinberg, M., & Willer, R. (2013). The moral roots of environmental attitudes. *Psychological Science*, 24(1), 56–62. [https:// doi.org/10.1177/0956797612449177](https://doi.org/10.1177/0956797612449177)
- Feinberg, M. & Willer, R. (2019). Moral reframing: A technique for effective and persuasive communication across political divides. *Soc Personal Psychol Compass.*, 13. DOI: 10.1111/spc3.12501.
- *Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching*. Berkeley: University of California Press.
- Graham, J., Haidt, J. & Brian, A., N. (2009). Liberals and Conservatives Rely on Different Sets of Moral Foundations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96 (5), 1029–1046. DOI: 10.1037/a0015141.
- *Graham, J., Nosek, B. A., Haidt, J., Iyer, R., Koleva, S., & Ditto, P. H. (2011). Mapping the moral domain. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(2), 366–385. <https://doi.org/10.1037/a0021847>
- *Haidt, J., & Graham, J. (2007). When morality opposes justice: Conservatives have moral intuitions that liberals may not recognize. *Social Justice Research*, 20, 98-116.

- *Haidt, J., & Joseph, C. (2004). Intuitive ethics: How innately prepared intuitions generate culturally variable virtues. *Daedalus*, 133, 55-66.
- Jost, J., T. (2006). The End of the End of Ideology. *American Psychologist*, 61 (7), 651–670 DOI: 10.1037/0003-066X.61.7.651
- Jost, J., T. (2018). A quarter century of system justification theory: Questions, answers, criticisms, and societal applications. *British Journal of Social Psychology*, 58, 263–314
- Jost, J., T., Banaji, M., R. (1994). The role of stereotyping in system-justification and the production of false consciousness. *Social Psychology*, 33 (1), 1-27.
- Jost, J., T., Federico, C., M., & Napier, J., L. (2009). Political ideology: Its structure, functions, and elective affinities. *Annual review of psychology*, 60, 307-337.
- Jost, J., T., Glaser, J., Sulloway, F. J. & Kruglanski, A., W. (2003). Political Conservatism as Motivated Social Cognition. *Psychological Bulletin*, 129 (3), 339–375. DOI: 10.1037/0033-2909.129.3.339
- Jost, J., T., Nosek, B. A. & Gosling, S., D. (2008). Ideology Its Resurgence in Social, Personality, and Political Psychology. *Association for Psychological Science*, 3 (2), 126-136.
- *Jost, J.T. & thompson, E.P. (2000). Group-Based Dominance and Opposition to Equality as Independent Predictors of Self-Esteem, Ethnocentrism and Social Policy Attitude among African Americans and European Americans. *Journal of Experimental Social Psychology*, 36, 209-232.
- *Kidwell, B., Farmer, A., & Hardesty, D. M. (2013). Getting liberals and conservatives to go green: Political ideology and con- gruent appeals. *Journal of Consumer Research*, 40(2), 350–367. <https://doi.org/10.1086/670610>.
- * Lipset, S., M., Lazarsfeld, P., Barton, A. & Linz, J. (1962). The psychology of voting: An analysis of political behavior. *Handbook of social psychology*, 1124–1175.
- McCrae, R., R. (1996). Social Consequences of Experiential Openness. *Psychological Bulletin*, 129, (3), 323–337.
- *McCright, A. M., Charters, M., Dentzman, K., & Dietz, T. (2016). Examining the effectiveness of climate change frames in the face of a climate change denial counter-frame. *Topics in Cognitive Science*, 8(1), 76–97. <https://doi.org/10.1111/tops.12171>.
- Mokhberian, N., Abeliuk, A., Cummings, P. & Lerman, K. (2020). Moral framing and ideological bias of news. *International Conference on Social Informatics*, 206-219.
- OXFAM Italia (2021). *Disuguitalia. Dati e considerazioni sulla disuguaglianza socio-economica in Italia*. https://www.oxfamitalia.org/wpcontent/uploads/2021/01/FINAL_DisuguItalia_2021.pdf

OXFAM Italia (2022). *La pandemia della disuguaglianza*.

https://www.oxfamitalia.org/wp-content/uploads/2022/01/Report_LA-PANDEMIA-DELLA-DISUGUAGLIANZA_digital2022_definitivo.pdf

*Oxley, D., R., Smith, K., B., Alford, J. R., Hibbing, M., V., Miller, J., L., Scalora, M., Hatemi, P., K. & Hibbing, J., R. (2008). Political Attitudes Vary with Physiological Traits. *Science*, Vol. 321, 1667- 1670. DOI: 10.1126/science.1157627.

*Pratto, E, Sidanius, J., Stallworth, L., & Malle, B. (1994). Social dominance orientation: A personality variable predicting social and political attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 741-763.

Roccato, M., Mirisola, A., & Chirumbolo, A. (2009). La rilevazione empirica dell'autoritarismo di destra: Un contributo per l'adattamento italiano della scala di Funke. *Psicologia sociale*, 1, 157-173.

Scheufele, D., A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, Winter, 103-122.

Scheufele, D., A & Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57, 9-20. doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x.

*Shaver, P., R., Wu, S. & Schwartz, J., C. (1992). Cross-cultural similarities and differences in emotion and its representation. *Emotion*, 175–212.

Shook, J., N. & Fazio, H., R. (2009). Political ideology, exploration of novel stimuli, and attitude formation. *Journal of Experimental Social Psychology* 45, 995–998. doi:10.1016/j.jesp.2009.04.003.

*Tedin, K. L. (1987). Political ideology and the vote. *Research in Micropolitics*, 2 (1), 63–94.

*Tversky, A., & Kahneman, D. (1986). The framing of decisions and the evaluation of prospects. *Studies in Logic and the Foundations of Mathematics*, Vol. 114, 503-520.

*Van Gorp, B. (2007). The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication* 57, 60–78. doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00329.x.

*Vigil, M., J. (2010). Political leanings vary with facial expression processing and psychosocial functioning. *Group Processes & Intergroup Relations* 13(5), 547-558. doi: 10.1177/1368430209356930.

Voelkel, J., G. & Feinberg, M. (2018). Morally Reframed Arguments Can Affect Support for Political Candidates. *Social Psychological and Personality Science*, Vol. 9 (8), 917-924. DOI: 10.1177/1948550617729408.

Wilkinson, R., G., & Pickett, K., E. (2009). Income inequality and social dysfunction. *Annual review of sociology*, 35, 493-511.

Wolsko, C., Ariceaga, H. & Seiden, J. (2016). Red, white, and blue enough to be green: Effects of moral framing on climate change attitudes and conservation behaviors. *Journal of Experimental Social Psychology* 65, 7–19. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jesp.2016.02.005>

*= opera non direttamente consultate

Sitografia

<https://moralfoundations.org/>

RINGRAZIAMENTI

Un ringraziamento doveroso va a tutte le persone che, in prima persona, si sono rese disponibili a partecipare alla presente ricerca, rendendone possibile la realizzazione.

Ringrazio anche la mia relatrice, la professoressa Carraro, per la sua disponibilità e per tutti i consigli che mi ha fornito durante la stesura di questa tesi. Ringrazio, inoltre, la dott.ssa Valmori, per avermi affiancato in tutte le fasi dello studio e per essersi sempre resa disponibile ad aiutarmi.

Un ulteriore ringraziamento va ai miei colleghi Noemi Lombardi e Matteo Bonora che mi hanno sostenuto durante tutti questi mesi e sono stati fonte di un prezioso e utile confronto durante questa esperienza.

Inoltre, ci tengo a ringraziare le persone che mi vogliono bene, i miei ex-coinquilini e tutti i miei amici per avermi fatto passare tanti momenti di spensieratezza e di divertimento e per avermi supportato ogni volta che ne avevo bisogno. In particolare, un grande grazie va a Sofia e alle ragazze del gruppo “Bandaccia Girls” per esserci sempre state e per avermi ascoltato e sopportato durante tutto il mio percorso universitario.

Ringrazio poi, in particolar modo, tutta la mia famiglia che mi ha sempre incoraggiato e che ha sempre creduto in me, cercando di confortarmi ogni qual volta le cose andavano male.

Infine, un grazie molto speciale va ai miei genitori e a Fabio, il mio ragazzo, che sono sempre stati al mio fianco, dietro ogni mia decisione, pronti ad aiutarmi e a sostenermi durante tutti i miei anni universitari, non privi di momenti difficili ma anche pieni di gioie.

APPENDICE

Questionario dello studio

Dispositivi mobili

Ti ricordiamo che il seguente questionario può essere compilato solo da computer dotato di tastiera.

Sembrerebbe che tu stia compilando il questionario da un dispositivo incompatibile (telefono cellulare). Il questionario contiene domande che funzionano correttamente solo su computer con tastiera.

Per favore, Apri il questionario su un computer dotato di tastiera.

Consenso pre

Gentile partecipante,
con il presente documento ti chiediamo di fornire il tuo consenso informato a partecipare alla ricerca Atteggiamento Politico coordinata da Alessia Valmori. L'obiettivo della ricerca è quello di indagare l'atteggiamento politico dei partecipanti, una descrizione più dettagliata degli scopi della ricerca verrà fornita al termine dell'esperimento.

METODOLOGIA DI RICERCA

Durante la ricerca ti verrà chiesto di eseguire un compito sperimentale e di rispondere 3 brevi questionari. In dettaglio, verranno utilizzati i seguenti strumenti: Moral Foundation Questionnaire (MFQ), la scale di Right-Wing Authoritarianism (RWA) e la scala di Social Dominance Orientation (SDO). Un esempio di item al quale dovrà rispondere è: Quanto è per te rilevante se qualcuno ha fatto qualcosa per tradire il proprio gruppo oppure no.

LUOGO E DURATA DELLA RICERCA

La ricerca sarà svolta online. Il partecipante potrà rispondere al questionario dal suo pc presso la sua abitazione e avrà una durata complessiva di 30 minuti.

RECAPITI

- Responsabile della ricerca: Luciana Carraro; 0498276525; luciana.carraro@unipd.it; DPSS, Via Venezia 8.
- Responsabile della raccolta dati: Alessia Valmori; 3465582063; alessia.valmori@phd.unipd.it; DPSS, Via Venezia 8.

CONSENSO ALLA PARTECIPAZIONE E AL TRATTAMENTO DEI DATI

La/Il sottoscritta/o acconsente liberamente a partecipare allo studio dal titolo "Atteggiamento politico"

La/il sottoscritta/o dichiara:

1. Di essere a conoscenza che lo studio è in linea con le vigenti leggi D. Lgs 196/2003 e UE GDPR 679/2016 sulla protezione dei dati e di acconsentire al trattamento ed alla comunicazione dei dati personali, nei limiti, per le finalità e per la durata precisati dalle vigenti leggi (D. Lgs 196/2003 e UE GDPR 679/2016). Il responsabile della ricerca si impegna ad adempiere agli obblighi previsti dalla normativa vigente in termini di raccolta, trattamento e conservazione di dati sensibili.
2. Di essere consapevole di potersi ritirare dallo studio in qualunque momento, senza fornire spiegazioni, senza alcuna penalizzazione e ottenendo il non utilizzo dei dati.
3. Di essere a conoscenza che i dati saranno raccolti in forma anonima e associati a un codice che consenta esclusivamente al partecipante di accedere ai propri dati.

4. Di essere a conoscenza che i propri dati saranno utilizzati esclusivamente per scopi scientifici e statistici e con il mantenimento delle regole relative alla riservatezza.
5. Di essere a conoscenza che, qualora lo desiderasse, può ottenere la restituzione dei dati grezzi.
6. Di sapere che una copia del presente modulo sarà scaricabile cliccando [qui](#).
7. Di sapere che la protezione dei suoi dati è designata con Decreto del Direttore Generale 4451 del 19 dicembre 2017, in cui è stato nominato un Responsabile della Protezione dati, privacy@unipd.it.

Dichiaro di aver letto e compreso i miei diritti, e di essere maggiorenne

- Accetto di partecipare
- Non accetto di partecipare

Codice

Ti chiediamo ora gentilmente di fornire un codice identificativo che dovrai poi inserire identico all'inizio di un compito che si aprirà su una nuova pagina web.

Questo codice alfanumerico è composto dalle iniziali del tuo nome e cognome e dalle cifre della tua data di nascita nel formato NOME COGNOME GIORNO MESE ANNO, con 1 iniziale per nome e cognome e 2 cifre per ciascun elemento. Per esempio, Anna Rossi, nata il 2 aprile 1992 inserirà il codice AR020492.

Inserisci qui sotto il tuo codice:

Sociodemografiche

Prima di iniziare ti chiediamo qualche informazione su di te.

Quanti anni hai?

Qual è il tuo genere?

- Uomo
- Donna
- Altro

Qual è il tuo livello di istruzione?

Rispetto alla famiglia italiana media, quale pensi sia la condizione economica della tua famiglia?

Molto peggiore

Molto migliore

Rispetto alla classe sociale media italiana, quale pensi sia la tua condizione sociale?

Molto peggiore

Molto migliore

Come consideri il tuo orientamento politico?

Vicino alla sinistra

Vicino alla destra

Per quanto riguarda le tematiche economiche (es. tasse, spesa pubblica, intervento dello Stato sul privato...) ti consideri una persona:

Vicina alle politiche di sinistra

Vicina alle politiche di destra

Per quanto riguarda le tematiche sociali (es. diritti civili, immigrazione, assistenza ai bisognosi...) ti consideri una persona:

Vicina alle politiche di sinistra

Vicina alle politiche di destra

RWA

Ti chiediamo ora di leggere attentamente le affermazioni che seguono e di indicare per ciascuna il tuo grado di accordo su una scala che va da "completamente in disaccordo" a "completamente d'accordo". Non esistono risposte giuste o sbagliate, rispondi spontaneamente.

	Completamente in disaccordo	Abbastanza in disaccordo	Né d'accordo né in disaccordo	Abbastanza d'accordo	Completamente d'accordo
La gente dovrebbe crearsi un proprio sistema di valori su cosa è morale e immorale e dare meno ascolto a ciò che dicono la Chiesa e il Papa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Invece che un ulteriore aumento dei diritti civili, al nostro Paese serve soprattutto un'inflexibile cura a base di legge e ordine.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il «posto di una donna» è dovunque essa voglia stare. L'epoca della sottomissione delle donne al marito e alle convenzioni sociali deve finire per sempre.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un giorno o l'altro scopriremo che avere abbandonato le nostre tradizioni è stato un errore gravissimo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nessun crimine, nemmeno il più grave, dovrebbe essere punito con la pena di morte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Completamente in disaccordo	Abbastanza in disaccordo	Né d'accordo né in disaccordo	Abbastanza d'accordo	Completamente d'accordo
L'obbedienza e il rispetto per l'autorità sono i valori più importanti che i bambini dovrebbero imparare.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Per dimostrare che stai prestando attenzione seleziona la risposta "Abbastanza d'accordo"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La legge dovrebbe trattare allo stesso modo il matrimonio e le relazioni stabili fra persone dello stesso sesso.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il nostro Paese ha soprattutto bisogno di un leader forte e determinato che spazzi via il male e ci riporti sulla retta via.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
È molto positivo che oggi i giovani abbiano la libertà di protestare contro ciò che non condividono, e che si costruiscano le proprie regole di comportamento.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Completamente in disaccordo	Abbastanza in disaccordo	Né d'accordo né in disaccordo	Abbastanza d'accordo	Completamente d'accordo
È molto meglio essere virtuosi e obbedire alle leggi che mettere sempre in discussione le fondamenta della nostra società.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
È importante difendere in ogni modo i diritti di tutti, anche di chi è molto diverso dalla maggioranza o ha idee politiche estremiste.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Per vivere bene servono soprattutto obbedienza e disciplina.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

SDO

Seguono una serie di affermazioni. Ti chiediamo di leggerle attentamente e indicare il tuo grado di accordo con ciascuna affermazione, su una scala da "completamente in disaccordo" a "completamente d'accordo".

	Completamente in disaccordo	Abbastanza in disaccordo	Né d'accordo né in disaccordo	Abbastanza d'accordo	Completamente d'accordo
Alcuni gruppi di persone sono semplicemente inferiori rispetto ad altri gruppi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Per ottenere quello che si vuole, talvolta è necessario usare la forza contro altri gruppi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Per farsi strada nella vita a volte è necessario passare sopra gli altri gruppi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I gruppi inferiori dovrebbero restare al loro posto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'uguaglianza fra i gruppi dovrebbe essere il nostro ideale.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dovremmo fare il possibile per rendere uguali le condizioni di tutti i gruppi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avremmo meno problemi se trattassimo la gente in modo più equo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dovremmo sforzarci affinché tutti guadagnino cifre simili.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

MFQ_R

Quando devi decidere se una cosa è giusta o sbagliata, quanto sono rilevanti per te le seguenti considerazioni? Ti preghiamo di valutare ciascuna affermazione utilizzando la seguente scala di risposta:

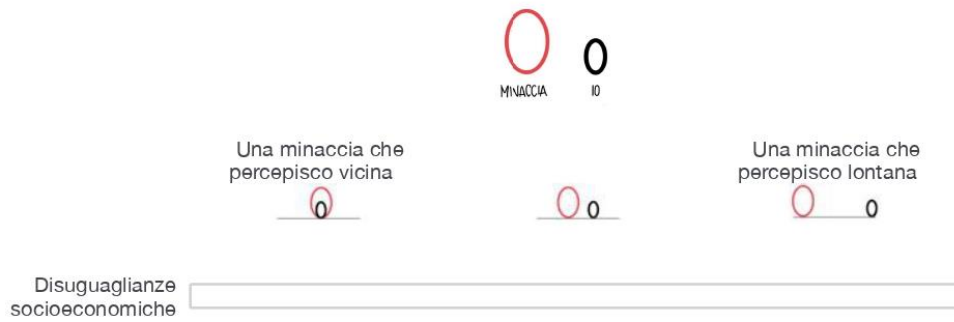
	Per nulla rilevante	Non molto rilevante	Lievemente rilevante	Un po' rilevante	Molto rilevante	Estremamente rilevante
Se qualcuno ha sofferto emotivamente oppure no.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se qualcuno si è preso cura di una persona debole o vulnerabile oppure no.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se qualcuno è stato crudele oppure no.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se qualcuno ha dimostrato mancanza di lealtà oppure no.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se qualcuno ha fatto qualcosa per tradire il proprio gruppo oppure no.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Per dimostrare di star leggendo attentamente le domande, seleziona in questa risposta "Un po' rilevante"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Per nulla rilevante	Non molto rilevante	Lievemente rilevante	Un po' rilevante	Molto rilevante	Estremamente rilevante
Se gli atti compiuti hanno mostrato amore per il proprio Paese oppure no.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se qualcuno è stato bravo in matematica oppure no.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se alcune persone sono state trattate in modo differente da altre oppure no	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se qualcuno ha mostrato una mancanza di rispetto per l'autorità oppure no	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se qualcuno ha violato le norme di purezza e decenza oppure no	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se qualcuno ha agito in modo ingiusto oppure no	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Per nulla rilevante	Non molto rilevante	Lievemente rilevante	Un po' rilevante	Molto rilevante	Estremamente rilevante
Se qualcuno si è adeguato alle tradizioni della società oppure no	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se qualcuno ha fatto qualcosa di ripugnante oppure no	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Se a qualcuno sono stati negati i propri diritti oppure no
- Se un'azione ha causato caos o disordine oppure no
- Se qualcuno ha agito in un modo che Dio approverebbe oppure no

Vicino_lontano

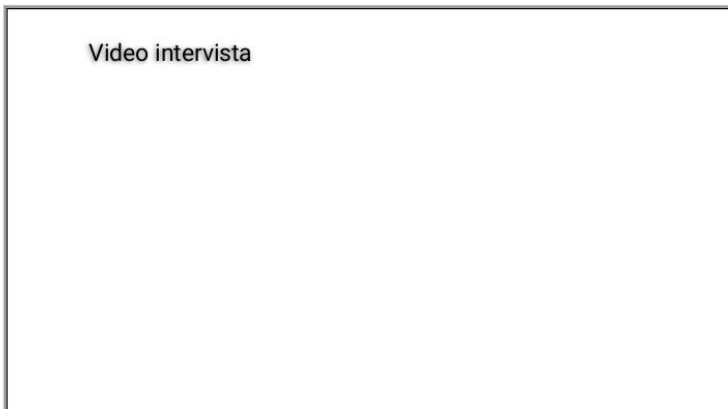
Quanto ritieni le disuguaglianze socioeconomiche una minaccia vicina a te?

Di seguito puoi selezionare il punto nella barra che meglio rappresenta la tua situazione.



Progressisti

Ti chiediamo ora di visionare questo filmato :



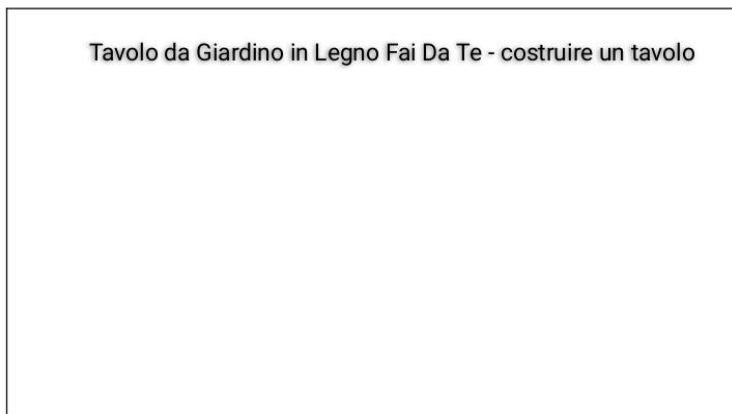
Conservatori

Ti chiediamo ora di visionare questo filmato :



Controllo

Ti chiediamo ora di visionare questo filmato :



Scala disuguaglianze economiche

Ti verranno ora presentate delle affermazioni relative invece al nostro sistema economico. Ti chiediamo di indicare il Tuo grado di accordo o disaccordo con ciascuna di esse, ricordando che non esistono risposte

giuste o sbagliate. Ti preghiamo di rispondere spontaneamente

	Forte disaccordo	Abbastanza in disaccordo	Lievemente in disaccordo	Né d'accordo né in disaccordo	Lievemente d'accordo	Abbastanza d'accordo	Forte Accordo
Ci sono molte ragioni per pensare che il sistema economico attuale sia iniquo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
È virtualmente impossibile eliminare la povertà dalla nostra società.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Molte persone che non fanno carriera nella nostra società non dovrebbero incolpare il sistema sociale, ma soltanto se stesse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nella nostra società, una distribuzione equa delle risorse fra le persone è una cosa possibile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Forte disaccordo	Abbastanza in disaccordo	Lievemente in disaccordo	Né d'accordo né in disaccordo	Lievemente d'accordo	Abbastanza d'accordo	Forte Accordo
Le differenze fra classi sociali riflettono le differenze dell'ordine naturale delle cose.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le differenze economiche presenti nella società riflettono una distribuzione delle risorse illegittima.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ci saranno sempre persone povere perché non ci sarà mai abbastanza lavoro per tutti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La posizione economica di una persona è il riflesso legittimo delle sue "conquiste".	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Forte disaccordo	Abbastanza in	Lievemente in	Né d'accordo né in	Lievemente d'accordo	Abbastanza d'accordo	Forte Accordo

disaccordo disaccordo disaccordo

Se le persone volessero cambiare il sistema economico per renderlo più equo, potrebbero farlo.

Una distribuzione equa delle risorse fra le persone non è una cosa naturale.

Non è giusto avere un sistema economico nel quale siano presenti contemporaneamente persone estremamente ricche e persone estremamente povere.

Non c'è motivo di rendere il reddito delle persone più equo

Leader

Ti chiediamo ora di pensare ad un leader politico per te ideale **nell'affrontare la problematica delle disuguaglianze socioeconomiche.**

Scegliaresti un leader di quale orientamento politico?

Posiziona il cursore sul punto della barra sottostante che ritieni essere più rappresentativo della tua scelta

Estrema sinistra

Estrema destra

Conseguenze

Quanto temi ripercussioni negative a livello personale a causa delle disuguaglianze socioeconomiche?

Per niente

Moltissimo

Quanto temi ripercussioni negative a livello nazionale a causa delle disuguaglianze socioeconomiche?

Per niente

Moltissimo

Quanto temi ripercussioni negative a livello mondiale a causa delle disuguaglianze socioeconomiche?

Per niente

Moltissimo

Istruzioni memorizzazione

Seguono ora delle immagini che rappresentano in un caso **una società fortemente disuguale** e nell'altro **una società egalitaria**. Il tuo obiettivo è quello di familiarizzare con queste immagini e **memorizzarle**. Prenditi tutto il tempo necessario.

Memorizzazione disuguaglianza

In questa pagina sono rappresentate immagini di **una società fortemente disuguale**. In questa società vi è **un grande divario** fra le persone che vi abitano in termini di ricchezza ed accesso alle risorse. In questo tipo di società **vivono gli estremi**, ovvero chi può permettersi uno stile di vita di lusso e chi non può permettersi una vita economicamente dignitosa.













Memorizzazione_uguaglianza

In questa pagina sono rappresentate immagini di **una società egualitaria**. In questa società le persone che vi abitano hanno **un simile livello di ricchezza** ed accesso alle risorse. Tutte le persone che vivono in questa società conducono **stili di vita simili**.















Istruzioni_VAAS

Ora che hai familiarizzato e memorizzato le immagini seguirà un compito nel quale ti verrà chiesto di categorizzare correttamente le immagini della società disuguale e della società egitaria. Ulteriori indicazioni su come dovrai categorizzare le immagini ti verranno presentate successivamente.

Clicca ora [QUI](#) per proseguire con il compito.

Manipulation_check

Secondo il video che hai appena visto, le disuguaglianze socioeconomiche...

- Sono un problema perchè gli italiani necessitano ordine, decoro e una vita dignitosa
- Sono un problema perchè i ricchi stanno diventando sempre più ricchi a discapito dei poveri
- Sono un problema perché tutti meritano una vita giusta e di avere uguali diritti

Consenso post

Ora l'esperimento è concluso! Ti informiamo che lo studio aveva come obiettivo indagare l'effetto che una minaccia e come essa è descritta può avere sull'orientamento politico.

Ti chiediamo ora solo di leggere questo consenso finale.

Con la presente dichiaro di aver partecipato volontariamente alla compilazione del questionario.

CONSENSO ALLA PARTECIPAZIONE E AL TRATTAMENTO DEI DATI

La/Il sottoscritta/o dichiara di aver partecipato volontariamente allo studio dal titolo "Atteggiamento politico"

La/il sottoscritta/o dichiara:

1. Di essere a conoscenza che lo studio è in linea con le vigenti leggi D. Lgs 196/2003 e UE GDPR 679/2016 sulla protezione dei dati e di acconsentire al trattamento ed alla comunicazione dei dati personali, nei limiti, per le finalità e per la durata precisati dalle vigenti leggi (D. Lgs 196/2003 e UE GDPR 679/2016). Il responsabile della ricerca si impegna ad adempiere agli obblighi previsti dalla normativa vigente in termini di raccolta, trattamento e conservazione di dati sensibili.

2. Di essere consapevole di potersi ritirare dallo studio in qualunque momento, senza fornire spiegazioni, senza alcuna penalizzazione e ottenendo il non utilizzo dei dati.
3. Di essere a conoscenza che i dati saranno raccolti in forma anonima e associati a un codice che consenta esclusivamente al partecipante di accedere ai propri dati.
4. Di essere a conoscenza che i propri dati saranno utilizzati esclusivamente per scopi scientifici e statistici e con il mantenimento delle regole relative alla riservatezza.
5. Di essere a conoscenza che, qualora lo desiderasse, può ottenere la restituzione dei dati grezzi.
6. Di sapere che una copia del presente modulo sarà scaricabile cliccando [qui](#).
7. Di sapere che la protezione dei suoi dati è designata con Decreto del Direttore Generale 4451 del 19 dicembre 2017, in cui è stato nominato un Responsabile della Protezione dati, privacy@unipd.it.

Dichiaro:

- di aver letto attentamente le spiegazioni relative a questo studio;
- di essere stato informato/a riguardo alle reali finalità e agli obiettivi della ricerca in questione;
- di aver ricevuto soddisfacenti assicurazioni sulla riservatezza delle informazioni ottenute.

- Fornisco il mio consenso all'utilizzo di questi dati
- Non fornisco il mio consenso all'utilizzo di questi dati

Powered by Qualtrics