



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA**

**Dipartimento di Filosofia, Sociologia,  
Pedagogia e Psicologia Applicata - FISPPA  
Dipartimento di Psicologia dello Sviluppo e  
della Socializzazione - DPSS**

**Corso di laurea Magistrale in Psicologia sociale,  
del lavoro e della comunicazione**

**Tesi di Laurea Magistrale**

**I riferimenti morali nei messaggi persuasivi: la loro possibile  
influenza in funzione dell'ideologia politica**

**Moral references in persuasive messages: their possible influence on the basis of  
political ideology**

***Relatore***

**Prof. Castelli Luigi Alessandro**

***Laureanda/o: Claudia Tonello***

***Matricola: 2018812***

**Anno Accademico 2021/2022**



# INDICE

|   |    |
|---|----|
| <b>INTRODUZIONE</b>   | 1  |
| <b>CAPITOLO 1: LA TEORIA DEI FONDAMENTI MORALI</b>  | 3  |
| 1.1 L'influenza delle cornici morali a seconda dell'ideologia politica  | 4  |
| <b>CAPITOLO 2: IL PROCESSO DI RIFORMULAZIONE MORALE</b>   | 8  |
| 2.1 Quali meccanismi vengono messi in atto con il processo di riformulazione morale?  | 13 |
| 2.2 Per quale motivo la riformulazione morale non viene utilizzata?   | 15 |
| <b>CAPITOLO 3: LA QUESTIONE IMMIGRAZIONE</b>  | 19 |
| 3.1 I flussi migratori dell'Italia  | 19 |
| 3.2 La rappresentazione del fenomeno immigrazione   | 20 |
| 3.3 L'effetto "moral framing" sulla visione dell'immigrazione   | 26 |
| <b>CAPITOLO 4: LA RICERCA</b>   | 31 |
| 4.1 Metodo  | 32 |
| 4.1.1 Partecipanti  | 32 |
| 4.1.2 Strumento e Procedura   | 32 |
| 4.1.3 Analisi delle Variabili rilevate  | 37 |
| 4.2 Analisi dei dati  | 40 |
| 4.2.1 L'atteggiamento esplicito verso gli immigrati   | 41 |
| 4.2.2 La preferenza per un leader politico  | 48 |
| 4.2.3 Le conseguenze temute dall'immigrazione   | 54 |
| 4.2.4 L'atteggiamento implicito verso gli immigrati   | 60 |
| 4.3 Conclusioni   | 65 |
| <b>CAPITOLO 5: I MESSAGGI MORALI POSSONO, ALLORA, MODIFICARE LA PERCEZIONE DEL FENOMENO IMMIGRAZIONE A SECONDA DELL'IDEOLOGIA POLITICA?</b> | 69 |
| 5.1 Discussione dei risultati   | 69 |
| 5.2 Limiti dello studio e possibili ricerche future   | 71 |
| 5.2.1 Limiti dello studio   | 71 |
| 5.2.2 Possibili ricerche future   | 72 |
| <b>BIBLIOGRAFIA</b>   | 74 |



## INTRODUZIONE

Oggigiorno la televisione, i giornali, i post nei social e le campagne politiche diffondono ripetutamente messaggi persuasivi, carichi di riferimenti morali. Diversi studi condotti negli Stati Uniti hanno rilevato che liberali e conservatori presentano diverse cornici morali con cui interpretano la realtà (Graham, Haidt & Nosek, 2009) e da cui derivano sentimenti rispetto a cosa sia ritenuto giusto e sbagliato che, a loro volta, permettono o meno di sostenere un'ideologia politica (Skitka & Bauman, 2008). Ad esempio, in uno studio condotto da McAdams et al. (2008) è stato ritrovato che, nel raccontare i momenti più importanti della loro vita, i conservatori facevano riferimento al rispetto delle regole e dell'autorità, della responsabilità personale e della capacità di autodisciplina, mentre i liberali facevano riferimento all'empatia e al sapersi aprire a nuove esperienze e relazioni interpersonali.

Le differenze che ritroviamo nei pensieri morali di liberali e conservatori non dipendono dal sesso, dall'età, dal reddito familiare e dal livello di istruzione, ma dalla loro identità politica, la quale va a definire le loro preoccupazioni morali (McAdams et al., 2008; Graham, Haidt & Nosek, 2009). È stato rilevato che le preferenze di voto e l'affluenza alle elezioni di liberali e conservatori possono venire predette dalle loro convinzioni morali (Skitka & Bauman, 2008): persone di diversa ideologia politica si identificheranno con leader diversi, con coloro che rispecchiano gli stessi valori in cui credono.

Quando liberali e conservatori si scontrano su una questione politica, mettono in campo per giustificare la loro opinione, differenti cornici morali che secondo loro faranno apparire maggiormente convincente il proprio punto di vista, quelle stesse cornici morali, probabilmente, che li avranno portati ad avere quella posizione (Feinberg & Willer, 2015). Allo stesso tempo l'ascoltatore troverà l'argomentazione appropriata, di facile interpretazione e susciterà in lui sentimenti positivi se sarà congruente con i suoi valori morali (Wolsko et al., 2016).

È stato osservato che sia i liberali che i conservatori tendono a utilizzare le proprie cornici morali durante le proprie argomentazioni, invece di basarsi sui fondamenti

morali della persona da persuadere. Questo fa sì che spesso il destinatario non solo non venga influenzato, ma possa oltretutto trovare le motivazioni offensive (Feinberg & Willer, 2019).

Ciò che potrebbe aiutare liberali e conservatori a persuadere, durante la comunicazione politica, le rispettive controparti è la tecnica della riformulazione morale, la quale consiste nell'inquadrare la propria argomentazione in una posizione che normalmente non sosterebbe ma che rispecchia i valori morali dell'individuo o del gruppo da persuadere (Feinberg & Willer, 2013; Feinberg & Willer, 2015; Feinberg & Willer, 2019). Questo farà sì che la controparte si identifichi e trovi la posizione moralmente accettabile e desiderabile, portandola ad accettare argomentazioni che normalmente contrasterebbe (Feinberg & Willer, 2019).

La maggior parte degli studi sull'effetto di *moral framing* sono stati condotti negli Stati Uniti: il presente studio è stato realizzato con lo scopo di valutare se questi messaggi abbiano un'influenza differente sulla popolazione italiana a seconda dell'ideologia politica. Si è cercato di appurare se messaggi morali individualizzanti (maggiormente centrati sull'individuo) e vincolanti (maggiormente centrati sul gruppo) influenzino in maniera diversa liberali e conservatori rispetto a una serie di variabili: nella preferenza per un leader di un determinato orientamento politico, nell'atteggiamento esplicito verso l'immigrazione, nelle conseguenze temute dall'immigrazione, a livello personale, nazionale e mondiale e nell'atteggiamento implicito verso le persone immigrate.

## CAPITOLO 1: LA TEORIA DEI FONDAMENTI MORALI

Secondo la Teoria dei Fondamenti morali, proposta da Graham, Haidt & Nosek (2009), la moralità umana è caratterizzata da cinque domini morali: "danno/cura", che consiste nella cura e nella protezione degli altri, "equità/reciprocità" verso gli altri per garantire la giustizia, "ingroup/lealtà" che consiste nel garantire lealtà verso il proprio gruppo per mantenere e gestire l'appartenenza al proprio ingroup, "autorità/rispetto" che incentiva l'obbedienza, il dovere e il mantenimento della gerarchia e, per finire, "purezza/santità" che si basa sulla sacralità e la purezza e può essere accompagnata da reazioni di disgusto (Graham, Haidt & Nosek, 2009).

I primi due fondamenti sono stati classificati come individualizzanti perché si concentrano sul benessere e sui diritti degli individui e caratterizzano maggiormente la filosofia liberale. Gli altri tre fondamenti, invece, sono stati definiti vincolanti perché si concentrano sul gruppo, sui doveri, sulla lealtà e il controllo, i quali caratterizzano maggiormente la filosofia conservatrice e religiosa (Graham, Haidt & Nosek, 2009).

Tuttavia, dallo studio condotto da Graham et al. (2009), i liberali tendono a distinguere nettamente i fondamenti individualizzanti e vincolanti, al contrario dei conservatori, soprattutto quelli più forti, i quali considerano le preoccupazioni di entrambi i fondamenti di egual importanza. In ogni caso, i liberali non sostengono che i giudizi morali vincolanti non siano rilevanti, bensì che siano relativamente meno importanti rispetto ai fondamenti individualizzanti.

Inoltre, i liberali sono risultati maggiormente propensi a violare i fondamenti vincolanti, rifiutandosi di contrastare quelli individualizzanti. I conservatori, al contrario, non sono risultati propensi a violare i fondamenti vincolanti (Graham, Haidt & Nosek, 2009).

Ciò significa che, nonostante possano considerare ugualmente importanti entrambi i generi di fondamenti, i conservatori non sembrano propensi a contrastare quelli vincolanti, al contrario dei liberali.

I liberali si focalizzano sulle conseguenze per gli individui nel giustificare le regole morali che adottano; al contrario i conservatori si focalizzano sul rispettare le

regole tramandate di generazione in generazione e le regole tramandate dalla religione di appartenenza per i conservatori religiosi (Graham, Haidt & Nosek, 2009).

Ciò che risulta chiaro, quindi, è che l'orientamento politico riflette le cornici morali rilevanti per la persona: ad esempio i conservatori vengono influenzati dalle politiche che indirizzano la responsabilità verso i sostenitori dei programmi sociali, mentre i liberali vengono influenzati dalle politiche che sostengono i programmi sociali (Day et al., 2014).

### **1.1 L'influenza delle cornici morali a seconda dell'ideologia politica**

Diversi studi condotti negli Stati Uniti hanno dimostrato che gli atteggiamenti politici di liberali e conservatori possono venire influenzati dai fondamenti morali che vengono coinvolti, se questi risultano corrispondenti alle cornici morali dell'interlocutore, liberale o conservatore, da influenzare.

Nello studio condotto da Day et al. (2014) è stata testata un'ipotesi di "consolidamento", la quale ipotizzava che gli atteggiamenti politici esistenti potessero venire rafforzati da basi morali corrispondenti alle questioni pro-attitudinali considerate. Hanno testato una varietà di questioni, ad esempio il libero mercato, che risulta pro-attitudinale per i conservatori, l'immigrazione che risulta pro-attitudinale per i liberali, e così via.

Questi studiosi hanno trovato che gli atteggiamenti politici dei conservatori venivano rafforzati quando venivano loro presentate delle questioni inquadrare sui fondamenti dell'autorità e della purezza morale, rispetto ai conservatori non esposti ad alcuna cornice morale. Allo stesso tempo, anche nei liberali venivano rafforzati i loro atteggiamenti politici quando venivano invitati a riflettere sulle stesse questioni (sull'economia, l'istruzione, l'immigrazione, ecc.), inquadrare però attraverso i fondamenti morali del danno e dell'equità. Questi studiosi hanno quindi rilevato che gli atteggiamenti politici esistenti possono venire rafforzati da fondamenti morali rilevanti per l'individuo da influenzare e le basi morali risulteranno rilevanti a seconda dell'orientamento politico dello stesso.



In uno studio condotto da Feinberg e Willer (2013), gli autori non solo hanno rilevato che basi morali differenti hanno un'influenza sull'atteggiamento politico, ma hanno anche scoperto che una questione può essere considerata in maniera opposta da liberali e conservatori a seconda delle cornici morali su cui la stessa si basa: in particolare, i due studiosi hanno cercato di constatare come le riforme relative alla salvaguardia dell'ambiente vengano considerate da persone di ideologia politica differente. Ciò che è emerso dalla loro ricerca è che i liberali in genere si pongono come "guardiani dell'ambiente", incentivati a promuovere delle riforme volte alla salvaguardia dell'ambiente; i conservatori, al contrario, si pongono contro queste riforme. Questa diversa percezione rispetto alla protezione dell'ambiente sembra rimandare ad una questione morale. Infatti, nei discorsi atti a promuovere la questione ambiente ritroviamo una serie di preoccupazioni morali legate ai valori del danno e della cura, i quali vengono normalmente sostenuti dai liberali. Questo fa sì che i liberali vedano la salvaguardia dell'ambiente come un problema morale, al contrario dei conservatori, i quali vedono la questione come contro-attitudinale (Feinberg & Willer, 2013). Appoggiare quelle riforme per i conservatori significherebbe andare contro ai valori del proprio gruppo (Wolsko et al, 2016).

Gli stessi ricercatori, Feinberg e Willer (2015), in un altro studio hanno ritrovato gli stessi risultati ma questa volta prendendo in considerazione un altro valore morale: quello dell'equità. In particolare, hanno cercato di rilevare l'atteggiamento politico di liberali e conservatori rispetto alla questione del matrimonio tra persone dello stesso sesso. Le argomentazioni a favore di questo tema risultano, appunto, incentrate sul valore morale dell'uguaglianza: sostengono, infatti, che negare a persone dello stesso sesso gli stessi diritti degli altri, solamente per il loro orientamento sessuale, risulta immorale.

Il valore dell'equità è una delle cornici morali che i liberali, ma non i conservatori, adottano per giustificare le loro idee (Graham, Haidt & Nosek, 2009). Per questa ragione questi ultimi non sono stati convinti, dalle argomentazioni proposte durante lo studio, ad appoggiare il matrimonio tra persone dello stesso sesso.

Se i conservatori sostenessero tutti i fondamenti in egual modo, appoggerebbero qualsiasi argomento moralmente fondato e non sentirebbero il divario di empatia

morale (Feinberg & Willer, 2015). Nonostante possano affermare che per loro contano valori morali come l'equità, la giustizia sociale e l'uguaglianza, nei loro atteggiamenti politici sembrano pronti a rinunciare a questi valori per abbracciarne altri, come la lealtà, il rispetto per l'autorità e la purezza (Feinberg & Willer, 2015).

Nilsson et al. (2020) hanno scoperto che fondamenti morali individualizzanti, come l'equità e il prendersi cura dei deboli e vulnerabili, aumentano i comportamenti di volontariato e riflettono donazioni più elevate in beneficenza, sia verso individui che appartengono all'ingroup, sia verso individui che appartengono all'outgroup, oltre ad aumentare la propensione a donare per cause sostenute dalla controparte. Al contrario, fondamenti morali vincolanti, come la lealtà, il rispetto dell'autorità, la purezza/santità, diminuivano la probabilità di mettere in atto comportamenti di volontariato e le donazioni erano complessivamente inferiori, rispetto a chi non possedeva queste intuizioni morali. Allo stesso tempo erano più propensi a donare in beneficenza per gli individui che appartenevano al loro ingroup e a sostenere le cause del proprio gruppo, sia in termini comportamentali, sia nel dare una propria autovalutazione rispetto alla propensione a donare. Questi risultati dimostrano che i valori morali individualizzanti sostengono una propensione a essere imparziali verso membri dell'ingroup, ma anche verso membri dell'outgroup, mentre i valori morali vincolanti incentivano a mettere al primo posto i membri del proprio ingroup (Nilsson, Erlandsson & Västfjäll, 2020).

Arrivati a questo punto, una domanda sorge spontanea: se liberali e conservatori si basano su cornici diverse per argomentare le proprie idee, ma anche per approvare o meno una questione morale, è possibile persuadere persone di ideologia politica differente ad approvare una tesi basandosi sui valori morali della persona o del gruppo da persuadere, piuttosto che sulle basi morali che normalmente vengono utilizzate per argomentare quella questione?

Ciò che ci si chiede è, quindi, se i liberali possano persuadere i conservatori ad appoggiare le loro idee e le loro riforme, realizzando delle argomentazioni contro-attitudinali per i liberali stessi, le quali si basano su fondamenti vincolanti ("ingroup/lealtà"; "autorità/rispetto", "purezza/santità"), pro-attitudinali per i

conservatori. Allo stesso tempo ci si chiede se anche i conservatori possano persuadere i liberali ad appoggiare i loro giudizi, proponendo delle argomentazioni questa volta contro-attitudinali per i conservatori stessi, le quali si basano su fondamenti individualizzanti ("danno/cura" ed "equità/reciprocità"), pro-attitudinali per i liberali.

Negli anni sono stati realizzati diversi studi per verificare questa ipotesi e, allo stesso tempo, per constatare se liberali e conservatori sarebbero disposti a proporre delle argomentazioni che vadano contro ai loro valori morali, pur di persuadere la controparte.

## **CAPITOLO 2: IL PROCESSO DI RIFORMULAZIONE MORALE**

La riformulazione morale è una tecnica di persuasione che consiste nel rielaborare le proprie argomentazioni politiche prendendo in considerazione i valori morali della persona o del gruppo da persuadere, anche se questi vanno contro alle proprie basi morali (Day et al., 2014; Feinberg & Willer, 2013; Feinberg & Willer, 2015; Feinberg & Willer, 2019; Wolsko et al, 2016).

Liberali e conservatori tendono a vedere le stesse questioni morali da punti di vista contrastanti perché utilizzano cornici morali differenti (Feinberg & Willer, 2015). Day et al. (2014) nei loro studi hanno presentato ai partecipanti cinque temi, discussi dal punto di vista dei conservatori e poi dei liberali: la questione dell'immigrazione, ad esempio, poteva essere presentata come dare priorità ai diritti dei cittadini rispetto a quelli degli immigrati (pro-attitudinale per i conservatori) oppure sostenendo l'immigrazione (pro-attitudinale per i liberali). Nella prima entra in gioco il valore morale dell'ingroup, che caratterizza la filosofia morale dei conservatori, mentre nella seconda entra in gioco la cornice morale dell'equità, la quale appartiene alla filosofia morale dei liberali (Graham, Haidt & Nosek, 2009). La seconda questione riguardava il libero mercato, la quale è stata presentata come un fondamento dell'essere americani, incentivando la libertà economica (pro-attitudinale per i conservatori). Questa prospettiva richiama il valore morale dell'ingroup, il quale, come detto precedentemente, rispecchia la filosofia dei conservatori (Graham, Haidt & Nosek, 2009). La terza questione era relativa ai programmi sociali, i quali possono essere presentati come dispendiosi e usati in modo inappropriato, per cui le autorità non dovrebbero far sì che la popolazione ci rimetta (contro-attitudinale per i liberali) oppure possono essere supportati, così da garantire le stesse opportunità a tutti (contro-attitudinale per i conservatori); la prima prospettiva si rifà al valore morale dell'autorità, il quale rispecchia la filosofia morale dei conservatori, mentre la seconda prospettiva si rifà al valore morale dell'equità, il quale appartiene alla filosofia dei liberali (Graham, Haidt & Nosek, 2009). La quarta questione si riferiva all'educazione, la

quale veniva presentata come rigida e programmata (pro-attitudinale per i conservatori) oppure più aperta alla possibilità di soddisfare la volontà dei genitori, aumentando le scelte nell'educazione dei bambini (pro-attitudinale per i liberali). La prima prospettiva si potrebbe rifare al valore morale dell'autorità (insegnare il rispetto dell'autorità) e a quello della purezza (rispettare la sacralità nel nostro modo di vivere, tramandando nell'educazione i valori della società), i quali rispecchiano entrambi la filosofia dei conservatori; mentre la seconda prospettiva si rifà al valore del danno, il quale appartiene alla filosofia dei liberali (Graham, Haidt & Nosek, 2009). Per finire, l'ultima questione proposta dai ricercatori è la questione ambientale, la quale non veniva presentata come una priorità per gli individui, che non dovrebbe andare ad alterare il modo di vivere del gruppo (pro-attitudinale per i conservatori) oppure come una priorità nelle vite delle persone, la quale risulta fondamentale per garantire la sopravvivenza del nostro mondo che non ci appartiene (pro-attitudinale per i liberali). La prima prospettiva richiama il valore morale della purezza, appartenente alla filosofia morale dei conservatori, mentre la seconda prospettiva si rifà al valore morale del danno, il quale, come già detto, appartiene alla filosofia morale dei liberali (Graham, Haidt & Nosek, 2009).

Dai risultati emersi da questi due studi, Day et al. (2014) hanno rilevato, come detto nel capitolo precedente, che i comportamenti esistenti possono venire rafforzati se le persone vengono esposte a questioni pro-attitudinali, inquadrare nei valori morali rilevanti per loro. Tuttavia, sono emersi ulteriori risultati: quando i conservatori sono stati sottoposti a questioni contro-attitudinali ma supportate da fondamenti morali rilevanti per loro, come ingroup, autorità e purezza, hanno aumentato i loro atteggiamenti liberali. Al contrario, quando i liberali sono stati esposti a questioni conservatrici, nonostante fossero inquadrare in cornici morali liberali (danno ed equità), non hanno aumentato i loro comportamenti conservatori, non supportando l'ipotesi della persuasione. Gli stessi liberali quando sono stati esposti a questioni pro-attitudinali, inquadrare, però, nei fondamenti morali di ingroup, autorità e purezza, hanno, tuttavia, aumentato i loro atteggiamenti liberali.

Da tutto questo possiamo dedurre che le diverse questioni proposte durante le campagne politiche, a seconda di come vengano inquadrare, influenzano in maniera differente persone che abbracciano una ideologia politica diversa: in particolare per i conservatori, è possibile superare il gap politico utilizzando nelle argomentazioni cornici morali rilevanti per loro, così da influenzarli nel cambiare il loro atteggiamento politico e adottare quello della controparte (Day et al., 2014). Risultati simili sono stati ritrovati da Feinberg e Willer (2013), con la differenza che loro non avevano analizzato diverse questioni morali, ma si erano focalizzati sulla questione ambientale. I due ricercatori avevano rilevato un aumento dei comportamenti pro-ambientali nei conservatori dopo che erano stati esposti al valore morale della purezza, il quale è una base morale fondamentale per i conservatori, ma questi atteggiamenti non erano aumentati quando erano stati esposti a una cornice di danno, la quale è un valore morale rilevante per i liberali. Nemmeno i comportamenti pro-ambientali dei liberali erano aumentati dopo che erano stati esposti ad argomentazioni inquadrare nelle cornici della purezza o del danno (Feinberg & Willer, 2013).

Questi risultati sono coerenti con l'idea che la retorica proambientale è già basata sul fondamento del danno e per questo le argomentazioni liberali non hanno né aumentato i comportamenti di salvaguardia dell'ambiente nei liberali, né hanno convinto i conservatori ad adottarli, non essendo il danno un valore morale rilevante per la filosofia conservatrice. Allo stesso tempo, il riformulare la retorica proambientale in termini di purezza ha convinto i conservatori dell'esistenza e dell'importanza del riscaldamento globale e ha fatto sì che la violazione di quel stesso fondamento di purezza abbia suscitato nei conservatori una sensazione di disgusto. Tale percezione li ha portati ad avvicinarsi ai comportamenti ambientalisti dei liberali, eliminando le differenze tra i due gruppi di ideologia diversa (Feinberg & Willer, 2013). Già Wardekker et al. (2008) avevano osservato che molti gruppi cristiani avevano iniziato ad essere a favore della sostenibilità ambientale, nonostante si mostrassero conservatori: questi gruppi sostenevano che Dio avesse creato la Terra in buone condizioni, così come ha creato l'umanità e per questo gli esseri umani hanno il compito di preservare ciò che Dio ha creato e non profanarlo. Il cambiamento climatico viene visto come immorale e contrasta

i fondamenti morali di purezza e santità, principi molto rilevanti per i conservatori (Wardekker, Petersen & van der Sluijs, 2008).

Ulteriori argomenti se inquadrati in fondamenti morali differenti possono influenzare i conservatori e i liberali nei loro comportamenti avvicinandoli a quelli della controparte.

In particolare, Feinberg e Willer (2015) hanno rilevato che la questione dell'assistenza sanitaria universale, normalmente sostenuta dai liberali, se veniva inquadrata nella cornice morale della purezza, influenzava i conservatori aumentando i loro comportamenti di sostegno verso la stessa. Allo stesso tempo i ricercatori hanno appurato che argomentare con il valore morale di equità il sostegno alla spesa militare, portava i liberali a supportarla, perché veniva aumentata la loro percezione che i militari lottassero per l'uguaglianza, per superare la discriminazione razziale e le disuguaglianze di reddito, valori che per i liberali risultano rilevanti. Al contrario, invece, quando la spesa militare veniva inquadrata in una cornice di fedeltà/autorità, che incentivava il patriottismo e il dominio del mondo, i liberali non venivano persuasi ad assumere comportamenti di supporto.

Anche la questione del matrimonio tra persone dello stesso sesso può essere riformulata moralmente, argomentandola tramite il valore morale della lealtà, il quale risulta maggiormente persuasivo per i conservatori. I ricercatori hanno rilevato, in aggiunta, che nella condizione di lealtà, i conservatori sostenevano maggiormente il matrimonio tra persone dello stesso sesso rispetto alla condizione neutrale, in cui la questione non veniva inquadrata in nessuno dei cinque fondamenti morali. Non hanno nemmeno trovato differenze di comportamento nei conservatori nella condizione neutrale e nella condizione di equità: ciò significa che i risultati rilevati non dipendono dal gruppo selezionato che vuole contrastare maggiormente l'argomentazione morale più tipica.

Per quanto riguarda, invece, i liberali, quando la questione veniva sostenuta dal valore dell'equità, mostravano un maggior sostegno per il matrimonio tra persone dello stesso sesso, rispetto a quando l'argomentazione veniva inquadrata nel valore morale della lealtà. Al contrario, negli studi condotti sull'assistenza sanitaria universale e sul supporto alla spesa militare, i liberali nel primo caso e i

conservatori nel secondo, non hanno mostrato differenze nel loro comportamento di sostegno quando i valori con cui venivano inquadrare le argomentazioni non appartenevano alla loro filosofia morale, rispetto a quando facevano parte delle loro cornici morali.

Nell'ultimo studio condotto dai ricercatori si è riscontrato che i liberali si mostravano favorevoli all'inglese ufficiale quando la questione veniva inquadrata nella cornice morale di equità, rispetto a quando nell'argomentazione non veniva richiamato alcun valore morale. Per i conservatori, invece, la cornice morale con cui veniva argomentata la questione non influenzava il loro comportamento verso l'essere favorevoli all'inglese ufficiale.

Da questo studio è emerso, non solo che la riformulazione morale può aiutare a persuadere persone di entrambe le ideologie politiche, ma che non ha effetti nella maggior parte dei casi sul comportamento di coloro che già precedentemente sostenevano la posizione politica.

Lee et al. (2018) hanno realizzato uno studio, con partecipanti provenienti dagli Stati Uniti e dalla Corea, che andava ad esaminare i comportamenti di donazione dopo che i partecipanti avevano visto delle pubblicità sulla beneficenza contenenti argomentazioni che richiamavano valori morali differenti. Gli studiosi hanno rilevato che gli appelli che si basavano sul principio morale dell'equità influenzano maggiormente i liberali rispetto ai conservatori nei comportamenti di donazione. I conservatori, invece, vengono persuasi maggiormente dagli annunci che proponevano una ricompensa basata sulla proporzionalità. Dallo studio è emerso che, non solo l'ideologia politica, ma anche la probabilità di ricevere una ricompensa, possono influenzare la propensione a donare. Di conseguenza, l'ideologia politica può prevedere il successo di campagne di volontariato e di donazione a seconda di quali valori morali mettono in gioco: disponendo di diversi dati sulla popolazione, è possibile mettere in atto delle campagne di beneficenza mirate su piattaforme mediatiche conservatrici o liberali, proponendo degli incentivi basati sui valori morali rilevanti per il pubblico da persuadere (Lee et al., 2018).

Anche in uno studio condotto da Wolsko et al. (2016) è stato rilevato un aumento dei comportamenti di beneficenza da parte dei conservatori, in particolare ad



un'organizzazione ambientale, dopo che è stato presentato loro un messaggio pro-ambientale con rimandi a fondamenti morali vincolanti. Oltre ai comportamenti di donazione, i rispondenti conservatori hanno presentato un cambiamento nel loro atteggiamento verso il cambiamento climatico e verso le intenzioni di conservazione ambientale (ad esempio, comportamenti di riciclaggio, compostaggio, utilizzo di lampadine a risparmio energetico), quando si trovavano nella condizione vincolante rispetto a quella individualizzante o neutrale, aumentando il loro atteggiamento di protezione ambientale e avvicinandosi al livello dei liberali.

I risultati ritrovati in questo studio corrispondono a quelli ritrovati da Feinberg e Willer (2013), citati precedentemente; tuttavia, presentano una divergenza rispetto a quelli rilevati da Kidwell et al. (2013): quest'ultimi hanno appurato che nella condizione individualizzante i liberali aumentano i loro comportamenti pro-ambientali al contrario dei conservatori, mentre nella condizione vincolante sono i conservatori ad aumentare i loro comportamenti di sostegno all'ambiente ma non i liberali. Una spiegazione di questo potrebbe essere che Kidwell et al. hanno preso in considerazione dei comportamenti specifici, i quali possono essere incentivati da un appello specifico e non da una propensione generale alla protezione ambientale (Wolsko et al., 2016). Infatti, nello studio condotto da Wolsko et al. (2016) gli autori hanno ritrovato dei risultati simili quando hanno esaminato la propensione dei partecipanti a mettere in atto un comportamento specifico, donare ad un'associazione ambientale: in questo caso, per l'appunto, i conservatori sono risultati più propensi a donare quando l'annuncio presentava valori morali vincolanti, molto di più rispetto ai liberali.

Questo potrebbe aiutare nell'implementazione di raccolte fondi per le associazioni ambientaliste, ma non solo (Wolsko et al., 2016).

## **2.1 Quali meccanismi vengono messi in atto con il processo di riformulazione morale?**

I diversi studi citati ci permettono di affermare che il processo di riformulazione morale consente di incoraggiare liberali e conservatori a sostenere delle questioni

e a intraprendere comportamenti che normalmente vengono associati alla controparte. Rispetto ad un appello non morale, utilizzare un linguaggio basato su una cornice morale, soprattutto se congruente con i valori del pubblico da persuadere, incentiva le loro intuizioni morali e li indirizza verso gli atteggiamenti desiderati (Day et al., 2014; Feinberg & Willer, 2013).

Questo avviene perché il pubblico percepisce l'argomentazione pertinente e concordante con i valori morali che per lui risultano imprescindibili (Feinberg & Willer, 2019). Inoltre, il messaggio appare più forte quando sembra provenire da una fonte che si appoggia alle nostre stesse basi morali: quando la fonte del messaggio è liberale per i liberali e quando la fonte è conservatrice per i conservatori (Wolsko et al., 2016). Ad esempio, i conservatori risultavano più propensi a donare ad un fondo per la difesa ambientale, quando il messaggio sembrava provenire da un membro del proprio ingroup, che si appoggiava alle loro stesse basi morali (Wolsko et al., 2016).

La corrispondenza tra la cornice morale del messaggio e i valori morali del pubblico, rendono il messaggio di facile comprensione, familiare e di conforto, portando così ad un'elaborazione positiva dell'argomentazione (Feinberg & Willer, 2019). Ad esempio, conservatori soggetti ad una campagna pro-ambientale, le cui argomentazioni richiamavano il valore morale della purezza piuttosto che del danno come di solito fanno, percepivano una personale responsabilità per la situazione ambientale e riconoscevano la pericolosità del cambiamento climatico (Feinberg & Willer, 2013). L'argomentazione è, quindi, diventata di facile comprensione per i conservatori e ha acquistato forza rispetto a quando veniva presentata in una cornice morale di danno. Questo significa che, se si adottano argomentazioni basate su valori morali rilevanti per il pubblico da persuadere, la polarizzazione politica non appare ineluttabile, ma può essere limitata, in particolare per quanto riguarda la questione ambientale (Feinberg & Willer, 2013). La riformulazione morale può portare a cambiamenti di opinione politica e alla creazione di coalizioni, sfruttando diversamente la relazione tra opinioni politiche e valori morali, la quale di solito causa divisioni e polarizzazioni (Feinberg & Willer, 2015).

I messaggi morali riformulati non influenzano solamente le persone che sostengono l'ideologia politica a cui puntiamo, ma anche tutte quelle persone che sostengono il valore morale su cui si basa l'argomentazione proposta: ad esempio, un argomento politico che è stato riformulato all'interno della cornice morale dell'equità, non ha persuaso solamente i liberali ma anche tutte quelle persone che sostenevano quel valore ad altri livelli, indipendentemente dalle affiliazioni politiche (Feinberg & Willer, 2015).

Tuttavia, per utilizzare questa tecnica è necessario sapere cosa il gruppo da influenzare apprezza e in quali valori crede; una maggiore comprensione dell'altro porterà a una diminuzione degli stereotipi: si ridurranno i comportamenti di discriminazione verso il gruppo rivale e lo si considererà meno cattivo.

La riformulazione morale porta, così, a una maggiore comprensione e accettazione reciproca (Feinberg & Willer, 2019). Per questa ragione risulta fondamentale incentivare l'inclusività e la tolleranza verso ideologie e valori morali diversi, inquadrando le argomentazioni da molteplici prospettive (Wolsko et al., 2016).

## **2.2 Per quale motivo la riformulazione morale non viene utilizzata?**

I messaggi persuasivi proposti durante le campagne politiche si fondano sui valori morali propri del candidato politico: non ritroviamo nei discorsi politici le basi morali degli individui da influenzare, cioè di coloro che si oppongono alla posizione politica (Feinberg & Willer, 2015).

Se liberali e conservatori vengono spinti a scrivere dei messaggi persuasivi, anche in cambio di una ricompensa in denaro, per convincere individui di diversa ideologia politica rispetto alla loro, la maggior parte proporrà dei messaggi che rispecchiano i propri valori morali e non quelli della controparte: nello studio condotto da Feinberg e Willer (2015) meno del 10% dei partecipanti ha proposto un'argomentazione moralmente riformulata. Inoltre, questi messaggi saranno meno persuasivi rispetto a quelli riformulati sulle basi morali degli individui da influenzare (Feinberg & Willer, 2015).

Nonostante non li usino spontaneamente, la maggior parte degli individui si rende conto del maggior potere persuasivo che possiede la riformulazione morale: il motivo di questo può essere ricollegato alla capacità di creare un'argomentazione persuasiva, rispetto a riconoscerne una, ma anche alla volontà e motivazione di proporre un messaggio basato sui valori morali della controparte; il 20% dei liberali e il 6% dei conservatori non avrebbe mai diffuso un messaggio moralmente riformulato (Feinberg & Willer, 2015).

Le persone considerano le proprie cornici morali come verità oggettive su cui basarsi per giudicare ciò che è giusto e sbagliato, ciò che è morale e immorale: ciò porta a reazioni negative e a cooperare di meno con coloro che non condividono i propri valori morali durante una discussione che mette in campo un problema morale, piuttosto che durante una discussione su un problema non morale. Ciò avviene anche se non si conosce la posizione e l'opinione dell'altro gruppo rispetto alla questione (Skitka et al., 2005).

I motivi per cui le persone si rifiutano di presentare questo tipo di messaggi possono essere ricondotti al voler proteggere le proprie convinzioni politiche (Day et al., 2014) da valori morali che non approvano: credono che, se propongono argomentazioni basate su principi che non condividono, sembrerebbe che legittimino i valori morali della controparte e potrebbero, persino compromettere le proprie basi morali (Feinberg & Willer, 2015).

Un altro motivo per cui potrebbero essere restii alla riformulazione morale è che potrebbero portare i loro sostenitori ad assimilare quei valori a cui per ora si oppongono (Feinberg & Willer, 2015), oppure al giudicarli immorali per essere andati contro ai propri valori pur di ottenere un guadagno a breve termine e con il rischio di diffondere e rafforzare i principi dei propri rivali (Feinberg & Willer, 2019). Inoltre, un messaggio moralmente riformulato potrebbe apparire debole e scarsamente persuasivo perché quei principi per loro risultano associati a minor senso e valore (Feinberg & Willer, 2019).

Tuttavia, la riformulazione morale presenta un grande potere che liberali e conservatori potrebbero sfruttare a proprio vantaggio, se volessero.

Ciò che dovrebbero fare è realizzare delle argomentazioni basate su cornici morali comprensive di entrambe le parti, prendendo in considerazione una vasta

gamma di dati demografici (Graham, Haidt & Nosek, 2009). Infatti, basare i propri messaggi politici sui valori morali di un singolo gruppo, potrebbe portare gli individui, i cui principi non sono stati considerati, ad essere più contrastanti (Feinberg & Willer, 2019). Realizzare comunicazioni su misura per un gruppo specifico potrebbe portare ad aumentare ulteriormente l'avversione e a rendere ancora più netti i confini tra loro rispetto alle questioni politiche (Wolsko et al., 2016).

Dobbiamo tenere presente che quando un discorso politico viene basato su valori morali diventa difficile riuscire a contrastarlo e che gli argomenti morali più persuasivi per chi ha forti ideologie politiche sono spesso quelli meno scontati (Feinberg & Willer, 2015).

Uno studio condotto da Feinberg e Willer (2019) ha rilevato che i motivi per cui la riformulazione morale non viene presa in considerazione per persuadere la controparte non siano il non volerla utilizzare o il non riuscire a riconoscere le sue capacità persuasive; piuttosto hanno rilevato che la maggior parte dei partecipanti non contrastava il suo utilizzo e che gli ostacoli potevano essere il non pensare di usarla e l'incapacità di utilizzarla.

Per risolvere queste controversie, sui motivi per cui non si tende ad utilizzare la riformulazione morale, sarebbero necessari ulteriori studi.

Ad ogni modo la riformulazione morale risulta essere un processo utile per aumentare il numero di sostenitori durante le campagne politiche, persuadendo anche persone della controparte a sostenere un determinato candidato politico, ma non solo. La riformulazione morale può essere utilizzata per rendere sensibili le persone su determinate problematiche: ad esempio, tramite questo processo è possibile persuadere i conservatori a mettere in atto una serie di comportamenti per la salvaguardia dell'ambiente, rendendo saliente in loro la questione del cambiamento climatico, la quale di solito risulta essere vicino alle questioni dei liberali.

Risulta, allora, una buona soluzione per realizzare delle argomentazioni che siano persuasive per entrambe le parti, non solo per il proprio gruppo o per la controparte, così da avvicinare persone di ideologie diverse a sostenere un ideale comune.

## **CAPITOLO 3: LA QUESTIONE IMMIGRAZIONE**

### **3.1 I flussi migratori dell'Italia**

La composizione demografica dell'Italia, come quella di altri stati dell'Unione Europea, è cambiata negli anni: secondo il Rapporto Annuale Istat, ad oggi la popolazione italiana è formata da 58 983 122 persone, in calo rispetto agli anni precedenti (nell'anno 2019 erano 59 816 673); oltre a questo fenomeno, ritroviamo anche un aumento dell'invecchiamento della popolazione italiana e una riduzione delle nascite rispetto al passato. La diminuzione della popolazione italiana è stata compensata negli ultimi vent'anni dalle immigrazioni (Istat, 2018): al 1 gennaio 2021 gli stranieri presenti in Italia corrispondevano a 5,2 milioni, cioè al 8.7% dei residenti totali (Istat, 2022).

La provenienza degli stranieri residenti in Italia è per la maggior parte europea: Romania che costituiscono il 23% del totale degli stranieri in Italia, seguiti da Albania, Marocco, Cina e Ucraina (Fondazione ISMU, 2022; Istat, 2018).

Tuttavia, il fenomeno delle immigrazioni non ha sempre caratterizzato l'Italia, anzi nel passato ciò che ha contraddistinto la storia di questo Paese sono state le emigrazioni degli italiani verso Francia, Belgio, Germania, Svizzera, Nord America e America Latina (Sanfilippo, 2011).

Per quasi un secolo i flussi migratori hanno permesso di contenere il ritmo di crescita della popolazione italiana, il quale era spesso superiore all'1% annuo: infatti, dal 1880 fino agli anni Settanta e Ottanta del Novecento, esclusi i periodi bellici, l'emigrazione aveva permesso di compensare la diminuzione della mortalità e l'aumento delle nascite. Dalla metà degli anni Sessanta la crescita naturale del Paese ha iniziato a diminuire fino a diventare preoccupante negli anni Novanta; con l'inversione dei flussi migratori negli anni Duemila, la crescita demografica ha iniziato a riprendere, in particolare nelle zone del Paese più forti economicamente. Dal 2005 al 2014 la popolazione straniera è passata da meno di 2 a quasi 5 milioni di persone, cioè dal 4 a più dell'8% dei residenti totali. Tuttavia, la diminuzione del benessere economico in Italia nel 2008 ha portato a una diminuzione delle immigrazioni straniere e ad un aumento delle emigrazioni tra la popolazione giovanile italiana (Istat, 2018).

La Fondazione ISMU ha rilevato che gli stranieri presenti in Italia sono diminuiti del 2,8% nel 2021 rispetto all'anno precedente e i motivi di questo calo possono essere ricondotti sia alla diminuzione degli ingressi sia alle maggiori acquisizioni di cittadinanza (Fondazione ISMU, 2022). Rispetto alla media europea, l'incidenza di stranieri in Italia è leggermente maggiore (8,7% in Italia e 8,4% di media in Europa): in particolare, si trova al dodicesimo posto rispetto agli altri 27 Paesi, nei quali la Germania presenta una percentuale di stranieri pari al 12,7%, la Spagna del 11,3% e la Francia del 7,7% (Istat, 2022). L'inizio delle immigrazioni in questi Paesi, tuttavia, è iniziata prima e quindi una maggioranza di cittadini stranieri può aver ottenuto la cittadinanza (Istat, 2022).

Secondo i dati Eurobarometro di luglio 2022, più della metà degli italiani è d'accordo nel sostenere che promuovere l'integrazione degli immigrati è un investimento a lungo termine per il Paese e che il governo sta facendo abbastanza per promuovere l'integrazione (European Commission, 2022).

### **3.2 La rappresentazione del fenomeno immigrazione**

La televisione, i giornali e i social forniscono continue rappresentazioni del fenomeno dell'immigrazione con cui la popolazione viene in contatto e, allo stesso tempo, rappresentano i mezzi usati prevalentemente dagli italiani, ma anche dai cittadini dell'Unione Europea, per ricavare informazioni sull'immigrazione e sull'integrazione (European Commission, 2022).

Quale immagine, allora, forniscono i media degli immigrati e quali effetti hanno queste rappresentazioni sulle percezioni e sugli atteggiamenti dei cittadini?

La rappresentazione che deriva dall'interazione tra i vari partiti politici, gruppi di pressione, media e istituzioni, porta a raffigurare l'immigrato come temibile e potenzialmente criminale e a promuovere la diffusione di diversi stereotipi nei confronti del fenomeno immigrazione (Maneri, 2019).

Nell'analizzare il contenuto di diversi notiziari televisivi fiamminghi, van der Linden e Jacobs (2016) hanno rilevato che i nordafricani vengono associati spesso alla cornice della minaccia alla sicurezza e alla cornice della minaccia alla cultura, piuttosto che a quella economica; inoltre, delle varie notizie analizzate,



una su tre presentava riferimenti a più di una minaccia, in particolare le minacce culturali e di sicurezza.

Le notizie relative all'immigrazione non sono presenti sempre con la stessa frequenza, ma possono presentare dei periodi di picco, in cui l'argomento viene trattato maggiormente: ad esempio, dopo l'attacco alle Torri gemelle, avvenuto l'11 settembre 2001, le notizie sull'immigrazione presentate nei giornali tedeschi sono aumentate (Boomgaarden & Vliegenthart, 2009), periodo in cui anche in Italia ha dato inizio ad una nuova fase di criminalizzazione che ha reso ancora più saliente il tema della sicurezza nazionale (Maneri, 2019). Negli anni i media italiani hanno alimentato il terrore nella popolazione, fino al 2015 quando hanno diffuso l'idea che all'interno dei barconi carichi di profughi che cercavano di raggiungere le coste italiane, fossero presenti dei terroristi infiltrati dall'Isis (Maneri, 2019). Nonostante si faccia riferimento solamente al rischio che ciò avvenga, la popolazione ha creato un'associazione tra le parole "profugo" e "terroristi", influenzando così la loro opinione sul fenomeno immigrazione (Maneri, 2019).

Altri momenti in cui si possono avere dei picchi di notizie relativi a questo argomento possono avvenire durante i periodi di campagna elettorale, nel momento in cui avvengono dei reati in cui il colpevole risulta essere uno straniero che compie un crimine nei confronti di una vittima italiana (Maneri, 2019).

L'esposizione a rappresentazioni negative da parte dei media durante le campagne elettorali, porta infatti ad un aumento degli atteggiamenti stereotipici e razziali verso gli immigrati, in particolare tra coloro che possiedono una bassa conoscenza del fenomeno (Schemer, 2012; Schemer, 2014): esporre la popolazione a rappresentazioni continue degli immigrati come un gruppo che causa problemi alla sicurezza e alla cultura del Paese, oltre ad incidere sull'economia dei cittadini stessi, porta nel tempo ad alimentare questo bias (Schemer, 2014).

La popolazione migrante, oltre ad essere associata a casi di criminalità, al mettere in pericolo la sicurezza e la cultura della popolazione locale e al terrorismo, viene collegata anche al possibile deterioramento del territorio.

Con il passare degli anni certi comportamenti che fino a poco tempo prima erano tollerati, vengono presentati come cause della rovina del decoro delle città e associati alla povertà, alla criminalità, alla violenza e all'irregolarità, da parte dei media: ad esempio, i senzatetto vengono mostrati come clandestini che vivono in stabilimenti abbandonati, mentre il vagabondo che chiede gentilmente l'elemosina viene presentato come l'immigrato di colore che importuna i passanti, impedendo il libero utilizzo dello spazio pubblico (Maneri, 2019). Più della metà degli italiani, ad oggi, ritiene che la maggior parte degli immigrati soggiorna nel Paese illegalmente (European Commission, 2022).

Nonostante ciò che è stato rilevato da questi studi, diversi giornalisti italiani intervistati sostengono che, nel trattare i temi legati all'immigrazione, adottano un atteggiamento oggettivo, giustificando la validità delle loro posizioni; allo stesso tempo, la popolazione si aspetta che le fonti da cui traggono le informazioni siano oggettive, associando a ciò che leggono dai giornali o ascoltano dai telegiornali attendibilità e validità (Garusi, Alonso & Splendore, 2022).

Molte persone, allora, si fidano di ciò che offrono i media, senza preoccuparsi di verificare i fatti.

Risulta fondamentale tenere presente che il consumo di telegiornali da parte della popolazione è molto alto e la televisione viene considerata una delle fonti chiave per ricavare informazioni sui temi sociali e politici (van der Linden & Jacobs, 2016): secondo il 16° Rapporto Censis sulla comunicazione «*I media e la costruzione dell'identità*», pubblicato il 20 Febbraio 2020, la maggiore fonte di informazione per gli italiani, soprattutto tra i più anziani, rimangono i telegiornali trasmessi alla televisione (il 59,1% della popolazione utilizza questo media per informarsi); anche i telegiornali a ciclo continuo che vengono trasmessi 24 ore su 24 rappresentano una delle maggiori fonti di informazione (per il 19,6% degli italiani). Il secondo media più usato risulta essere Facebook, la piattaforma social più diffusa, di cui si avvalgono per informarsi il 31,4% degli italiani. Al terzo posto ritroviamo i motori di ricerca online (20,7% della popolazione) e, per finire, le ultime due fonti di informazione sono i quotidiani e i giornali radio di cui si avvalgono il 17,5% e il 16,7% degli italiani.

Tutti questi media hanno la capacità di influenzare le percezioni e i comportamenti dei fruitori sull'immigrazione; gli italiani sono risultati essere la popolazione europea che percepisce il numero di immigrati con un maggiore errore rispetto ai numeri reali (Valbruzzi, 2018): questo ha portato la popolazione a ritenere che l'immigrazione possa gravare sullo Stato, influenzando i comportamenti di voto e gli orientamenti politici della popolazione, così come le proposte dei vari partiti e le leggi emanate (Valbruzzi, 2018). I notiziari televisivi hanno un ruolo in questa sopravvalutazione del numero di immigrati, che può alimentare la minaccia percepita (Herda, 2010; van der Linden & Jacobs, 2016), al contrario dei giornali politici: questa differenza tra i due media probabilmente è dovuta alla componente visiva che è presente nella televisione e che procura uno stimolo più forte, il quale risulta in grado di attivare il bias cognitivo della sopravvalutazione; oltre a ciò, nei giornali si ha la possibilità di scegliere quale articolo leggere, cosa non possibile quando si guarda un notiziario alla televisione (Herda, 2010).

Per questi motivi risulta fondamentale preoccuparsi di cosa e in che modo i media diffondono le informazioni, perché oltre a modificare le percezioni sul fenomeno dell'immigrazione, possono modificare anche i comportamenti di voto, di pregiudizio, di scetticismo e le percezioni di minaccia nella popolazione (Burscher, van Spanje & de Vreese, 2015; Harteveld, Schaper, De Lange & Van Der Brug, 2018; Schemer, 2012; Schemer, 2014; Boomgaarden & Vliegenthart, 2009; Schlueter & Davidov, 2013).

Harteveld, Schaper, De Lange e Van Der Brug (2018) hanno rilevato, infatti, che i media possono avere un ruolo fondamentale nell'aumentare lo scetticismo verso l'immigrazione nella popolazione; i mezzi di comunicazione hanno la possibilità di mediare l'attenzione dei lettori verso un determinato argomento: l'elevata visibilità che hanno dato alla crisi dei rifugiati del 2015 ha fatto sì che aumentasse la diffidenza verso i rifugiati, coinvolgendo tutta l'Unione Europea. Ciò che colpisce è che anche i Paesi che non hanno accolto quasi nessun immigrato sono stati travolti comunque da questa ondata di sospetto e questo può essere dovuto ancora ai mezzi di comunicazione di massa, i quali hanno posto l'attenzione sul

numero di rifugiati accolti dall'intera Unione Europea e non sul numero di accessi in ogni singolo Paese (Harteveld, Schaper, De Lange & Van Der Brug, 2018).

Gli studiosi hanno rilevato, tuttavia, che la popolazione non viene influenzata tutta allo stesso modo: i cittadini che ne sono stati persuasi maggiormente sono stati i conservatori e coloro che mostravano già un atteggiamento negativo verso l'immigrazione, probabilmente perché le loro preoccupazioni verso questo fenomeno erano già rilevanti; al contrario, i liberali e coloro che erano già favorevoli all'immigrazione non hanno presentato un atteggiamento di maggior favoritismo verso gli immigrati con l'aumento della visibilità del fenomeno da parte dei media (Harteveld, Schaper, De Lange & Van Der Brug, 2018).

I media non aumentano solamente lo scetticismo ma anche la percezione di minaccia legata all'immigrazione: Schlueter e Davidov (2013) hanno condotto un'analisi longitudinale sul contenuto dei notiziari spagnoli trasmessi dal 1996 al 2007 e hanno rilevato che la percezione di minaccia dei propri interessi dovuta al fenomeno dell'immigrazione aumenta nel tempo con l'incremento del numero di notizie negative riguardanti gli immigrati trasmesse sui notiziari. Inoltre, i due ricercatori hanno rilevato un altro fattore che influenza la percezione di minaccia: le dimensioni del gruppo di migranti accresce la sensazione di pericolo, all'aumentare delle notizie negative, quando la percentuale di immigrati è bassa; al contrario, quando il gruppo di immigrati è più grande, la sensazione di minaccia viene attenuata.

van der Linden e Jacobs (2016) hanno rilevato, inoltre, che la percezione di pericolo aumenta anche quando i cittadini vengono esposti a notizie negative relative a specifici problemi: in particolare, hanno osservato che esporre i cittadini a notizie relative alla cultura e alla sicurezza del Paese, aumenta la loro sensazione di minaccia alla cultura e alla sicurezza nazionale; tuttavia, se le notizie riguardano la questione economica, i cittadini non percepiscono un maggior pericolo all'economia del Paese a causa dell'immigrazione.

Oltre ad aumentare lo scetticismo e la percezione di minaccia, i media possono persino influenzare le preferenze di voto nei cittadini. Nello studio condotto da Burscher, van Spanje e de Vreese (2015) sono stati presi in considerazione 13 partiti anti-immigrati presenti in 11 Paesi: i risultati hanno mostrato una relazione

positiva tra notizie diffuse dai media riguardanti l'immigrazione e la propensione a votare per un partito anti-immigrati; inoltre, hanno rilevato una relazione positiva tra notizie riguardanti la criminalità e il dare il proprio voto a un partito anti-immigrati. Ciò porta a sostenere che la diffusione di notizie da parte dei media, riguardanti la criminalità e l'immigrazione, aumenta la probabilità di mettere in atto comportamenti pubblici contro gli immigrati, influenzando così le scelte di voto.

Conoscere, allora, come i mezzi di comunicazione descrivono il fenomeno dell'immigrazione risulta fondamentale per comprendere i cambiamenti avvenuti nella politica dell'Unione europea e l'esito positivo che hanno avuto i partiti anti-immigrazione (Burscher, van Spanje & de Vreese, 2015).

I media hanno, quindi, un ruolo nel rispecchiare ma anche nell'influenzare gli atteggiamenti della popolazione rispetto alla questione immigrazione (Allen, 2016). Tuttavia, diversi studi hanno dimostrato che possono influenzare non solo gli atteggiamenti negativi verso l'immigrazione, ma anche quelli positivi: esporre ripetutamente i cittadini a notizie positive sugli immigrati, rappresentandoli, ad esempio, come contributori della società e degni di essere trattati in modo equo, oppure come rifugiati legittimi e vittime innocenti sfuggite alla tortura, diminuisce gli atteggiamenti razziali e stereotipati anti-immigrazione, in particolare in coloro che hanno una bassa conoscenza del problema e che vengono, quindi, influenzati maggiormente dai messaggi con cui vengono in contatto (Schemer, 2012; Schemer, 2014).

Anche Igartua e Cheng (2009) hanno rilevato che l'esposizione a notizie relative all'immigrazione inquadrata in una cornice di beneficio economico piuttosto che di minaccia alla sicurezza del Paese portava a una visione del fenomeno diversa, rispetto al vedere l'immigrazione come un problema, all'atteggiamento nei confronti degli immigrati e alle conseguenze dell'immigrazione per la nazione: quando le notizie si riferivano all'aumento della forza lavoro piuttosto che all'aumento della criminalità, i soggetti mostravano atteggiamenti più positivi, in particolare quando gli immigrati erano di origine latinoamericana piuttosto che marocchina. Ciò significa che i comportamenti vengono influenzati non solo dalla

cornice con cui vengono inquadrare le informazioni ma anche dall'etnia degli immigrati protagonisti della notizia.

In conclusione, possiamo affermare che i mezzi di comunicazione di massa hanno un ruolo nell'influenzare le opinioni e i comportamenti della popolazione rispetto al fenomeno immigrazione e il modo in cui questi inquadrano le notizie determina la visione che avranno i cittadini sugli immigrati. Non solo utilizzare un framing positivo può ridurre i sentimenti anti-immigrazione, ma anche l'elevata visibilità degli immigrati potrebbe aumentare la sensazione di familiarità, similmente al contatto personale e diretto, riducendo così i sentimenti, le preoccupazioni e i comportamenti negativi rispetto all'immigrazione (Boomgaarden & Vliegenthart, 2009).

### **3.3 L'effetto “moral framing” sulla visione dell'immigrazione**

Un'idea che può sorgere per cambiare le opinioni e gli atteggiamenti della popolazione nei confronti dell'immigrazione potrebbe essere quella di informare maggiormente i cittadini sul fenomeno, in modo che arrivino loro notizie più accurate. Tuttavia, diversi studi hanno rilevato che questo metodo non funziona: Hopkins, Sides e Citrin (2019) hanno osservato che fornire informazioni corrette sulle dimensioni del gruppo di migranti, con lo scopo di contrastare la tendenza alla sopravvalutazione del numero di immigrati che alimenta la minaccia percepita, non modificava gli atteggiamenti dei soggetti nei confronti dell'immigrazione, anche se riducevano in media le loro stime; ciò avveniva indipendentemente dal fatto che i dati venissero loro presentati o che venissero direttamente corretti nella loro stima, e se si riferivano alla popolazione di immigrati totale o solo ai migranti non autorizzati.

Le opinioni politiche della popolazione non vengono influenzate nemmeno dal fornire informazioni corrette sul tasso di criminalità e sul tasso di dipendenza dal benessere degli immigrati non occidentali: anche se le convinzioni vengono aggiornate, gli atteggiamenti nei confronti dell'immigrazione non cambiano; piuttosto vengono reinterpretate le informazioni in modo da renderle coerenti con le proprie opinioni (Jørgensen & Osmundsen, 2022).

Nel capitolo precedente abbiamo trattato la riformulazione morale, una tecnica di persuasione che consiste nell'inquadrare la propria argomentazione nei valori morali sostenuti dal gruppo o dalla persona da persuadere, così da influenzare la sua posizione politica (Feinberg & Willer, 2019).

Come illustrato precedentemente, questa tecnica permette di influenzare persone di ideologia diversa, nel sostenere questioni e nel modificare i propri comportamenti, in opinioni e atteggiamenti che normalmente vengono associati alla controparte. In questo modo, le argomentazioni morali permettono di aumentare le probabilità di persuadere la popolazione a cambiare le proprie opinioni politiche.

Se fornire maggiori informazioni non permette di influenzare le idee e gli atteggiamenti dei cittadini relativi all'immigrazione, è possibile, allora, farlo con la tecnica della riformulazione morale?

Voelkel et al. (2022) hanno osservato che il sostegno all'immigrazione legale a fronte di preoccupazioni economiche può essere aumentato, basando la propria argomentazione sul valore morale della lealtà verso il proprio Paese, secondo cui supportare l'immigrazione è patriottico. Tuttavia, non hanno rilevato effetti moderatori derivanti dall'ideologia politica: i ricercatori si aspettavano che il frame di lealtà sarebbe stato più efficace per i conservatori rispetto ai liberali, visto che il valore di fedeltà per il proprio gruppo è un valore morale sostenuto particolarmente dai conservatori; invece, non hanno rilevato differenze derivanti dalla diversa ideologia politica.

Al contrario, Nath et al. (2022) hanno rilevato che liberali e conservatori modificano il loro atteggiamento nei confronti degli immigrati a seconda della cornice morale dell'argomentazione: i ricercatori hanno sottoposto i soggetti a dei messaggi a favore dell'immigrazione, inquadrati in una cornice individualizzante, vincolante o neutra. I liberali sono risultati più favorevoli agli immigrati nella condizione in cui leggevano l'appello individualizzante, piuttosto che vincolante; al contrario, i conservatori sostengono maggiormente l'immigrazione quando si trovavano nella condizione vincolante. Inoltre, dal seguente studio è risultato che i liberali consideravano il messaggio vincolante contenente più informazioni nuove rispetto a quello individualizzante, al contrario dei conservatori, i quali non

hanno valutato i due appelli significativamente diversi: questa può essere una prova del fatto che i conservatori considerano tutti e cinque i fondamenti morali, mentre i liberali basano le proprie opinioni solo su due, quello dell'equità e quello della cura.

Un altro studio nel quale è stato rilevato un atteggiamento diverso rispetto all'immigrazione in liberali e conservatori, a seconda dell'inquadramento morale, è quello condotto da Bloemraad, Silva e Voss (2016): i ricercatori hanno osservato se liberali e conservatori cambiavano i loro atteggiamenti nei confronti della legalizzazione dell'immigrazione e della possibilità di accedere ai benefici pubblici da parte degli immigrati, quando venivano presentati loro delle argomentazioni favorevoli o meno ai due temi, inquadrate in uno dei tre domini: diritti umani/cittadinanza americana, economia o famiglia.

Dai risultati di questo studio è emerso che cittadini moderati diventano meno propensi a sostenere la legalizzazione dell'immigrazione quando viene presentata loro un'argomentazione che contrappone i diritti umani e i diritti dei cittadini statunitensi, mentre liberali e conservatori non ne vengono influenzati.

Quando nella stessa cornice viene presentata un'argomentazione che sostiene il libero accesso ai benefici pubblici da parte degli immigrati, i liberali aumentano il loro livello di inclusione, mentre moderati e conservatori non presentano variazioni significative nel loro atteggiamento.

Quando il tema della legalizzazione o dell'accesso ai benefici pubblici vengono sostenuti da un contesto economico, gli atteggiamenti dei cittadini di qualsiasi ideologia politica non vengono influenzati. Anche se questo può sembrare strano, visto che liberali, conservatori e moderati hanno idee diverse sull'influenza dell'immigrazione nell'economia del Paese, probabilmente questi risultati sono dovuti al fatto che gli elettori hanno già preso in considerazione queste argomentazioni nella loro opinione politica oppure le motivazioni economiche non attivano risposte emotive o morali così forti da influenzarli.

L'inquadramento familiare, che rappresenta gli immigrati come membri di una famiglia e genitori, influenza l'atteggiamento dei conservatori nel sostenere la legalizzazione degli immigrati senza documenti, rendendoli più favorevoli, soprattutto nel caso delle donne conservatrici; al contrario, l'opinione dei liberali



e moderati non cambia quando l'argomentazione viene sostenuta da un contesto che mette al centro la famiglia.

La stessa cornice non ha effetto sull'opinione dei cittadini relativa alla possibilità di accesso libero ai benefici pubblici, indipendentemente dall'ideologia politica: le differenze che ritroviamo nell'atteggiamento dei conservatori, nonostante l'inquadramento sia sempre lo stesso, probabilmente possono essere dovute al fatto che l'espulsione di una famiglia provoca risposte emotive o morali più forti al negare l'accesso ai benefici pubblici sostenuti dalle tasse che pagano i cittadini statunitensi.

Questo studio ha rilevato, quindi, che la cornice con cui viene presentato un problema influenza le opinioni e i comportamenti dei cittadini, in maniera differente a seconda delle preferenze politiche.

Per rispondere, allora, alla domanda posta all'inizio di questo paragrafo, possiamo sostenere che per cambiare l'atteggiamento della popolazione verso il sostegno all'immigrazione è necessario tenere conto dell'inquadramento morale dei messaggi che vengono diffusi.

Nonostante, non sempre gli studi rilevano un effetto moderatore da parte dell'ideologia politica, sembra che riformulare moralmente i messaggi influenza l'atteggiamento dei soggetti nei confronti dell'immigrazione.

Varela et al. (2013) hanno osservato che persone con un elevato autoritarismo e con un orientamento conservatore, nel momento in cui dovevano giudicare un criminale, risultavano più indulgenti con la pena quando la vittima era un immigrato privo di documenti.

La popolazione di immigrati risulta essere in rapida crescita: garantire i diritti umani che spettano loro è una questione di salute pubblica (Varela et al., 2013). Per questo motivo la tecnica della riformulazione morale risulta un'opportunità per riuscire a cambiare, non solo l'atteggiamento esplicito verso gli immigrati, ma anche le opinioni e credenze della popolazione, così da aumentare l'inclusione e diminuire la discriminazione, garantendo gli stessi diritti a tutte le persone.

Tuttavia, Mobayed e Sanders (2022) hanno rilevato che ciò che va a plasmare gli atteggiamenti e i comportamenti verso i rifugiati sono i valori morali: piuttosto che puntare sull'inquadramento delle argomentazioni, risulta più influente

preoccuparsi di modificare le basi morali su cui si poggia la popolazione. Infatti, questi studiosi hanno trovato che i valori morali sono in grado di predire gli atteggiamenti nei confronti degli immigrati: coloro che si basano sui valori di equità e cura presentano atteggiamenti pro-rifugiato, mentre i valori di lealtà e autorità predicono negativamente gli atteggiamenti a sostegno degli immigrati.

Dai risultati è emerso, inoltre, che i valori morali sono in grado di predire, non solo gli atteggiamenti, ma anche i comportamenti nei confronti dei rifugiati: coloro che presentavano i valori morali della cura e dell'equità erano maggiormente disposti a firmare una petizione a favore dell'aumento del numero di rifugiati e a donare ad un ente di beneficenza per gli immigrati parte dei soldi guadagnati con la partecipazione allo studio, al contrario di coloro che basano i propri comportamenti sul valore morale dell'autorità.

Tuttavia, Mobayed e Sanders (2022) hanno rilevato che l'inquadramento morale non ha avuto alcun effetto sul cambiamento del comportamento, anche se è riuscito a modificare l'atteggiamento nei confronti degli immigrati: quando è stato chiesto ai partecipanti se avrebbero sostenuto l'idea politica di permettere a un numero maggiore di rifugiati di raggiungere il Regno Unito, più della metà dei partecipanti ha affermato che avrebbe accettato; nel momento in cui, però, è stato chiesto a questi stessi soggetti di firmare una petizione per sostenere questa proposta, meno della metà ha acconsentito. Questi risultati hanno evidenziato, allora, che l'inquadramento morale vincolante può cambiare l'atteggiamento dei conservatori, portandoli a sostenere maggiori comportamenti prosociali, ma non riesce a cambiare effettivamente il loro comportamento.

Per riuscire in questo intento, non basta, allora, prestare attenzione all'inquadramento morale dei discorsi politici e delle notizie diffuse dai media, ma è necessario modificare le basi morali della popolazione, così da riuscire a plasmare sia gli atteggiamenti, sia i comportamenti verso gli immigrati (Mobayed & Sanders, 2022).

## CAPITOLO 4: LA RICERCA

Come illustrato nei capitoli precedenti, la riformulazione morale risulta essere una potenziale tecnica persuasiva per influenzare gli atteggiamenti e le opinioni della popolazione rispetto alla questione immigrazione. Tuttavia, nella letteratura italiana non ritroviamo studi che hanno cercato di indagare quali effetti produce un diverso inquadramento morale delle argomentazioni relative all'immigrazione sui cittadini italiani. Negli Stati Uniti, al contrario, sono stati condotti diversi studi relativi a questa metodologia persuasiva, non solo per quanto riguarda l'immigrazione (diverse ricerche sono state citate nel capitolo 3), ma anche la questione del cambiamento climatico (es. Feinberg & Willer, 2013), il matrimonio tra persone dello stesso sesso (es. Feinberg & Willer, 2015), le azioni di volontariato e di donazione (es. Lee et al., 2018) e altre ancora; dai risultati emersi, in alcuni studi vengono rilevati degli effetti diversi sui comportamenti e sulle opinioni dei cittadini americani a seconda della loro ideologia politica, mentre in altre ricerche vengono rilevati degli effetti generalizzati di persuasione dovuti all'inquadramento morale delle argomentazioni, indipendentemente dall'orientamento politico dei soggetti influenzati.

La presente ricerca è stata realizzata con lo scopo di verificare se, rielaborando le argomentazioni politiche così da mettere in evidenza i valori morali della persona o del gruppo da persuadere, è possibile influenzare gli atteggiamenti e le opinioni dei cittadini italiani rispetto al fenomeno immigrazione; inoltre, si è cercato di appurare se gli effetti di manipolazione cambiano in funzione del fatto che chi viene esposto a questi messaggi morali è una persona con un orientamento più di destra o più di sinistra, con bassi o elevati livelli di autoritarismo o dominanza sociale.

Il presente studio, allora, cercherà di indagare una questione non ancora trattata dalla letteratura scientifica italiana.

## **4.1 Metodo**

### **4.1.1 Partecipanti**

Il campione iniziale era costituito da 543 partecipanti: di questi, 247 hanno fornito il consenso e completato il questionario; 205 hanno guardato interamente i video di manipolazione e completato il questionario in un tempo inferiore a 3 deviazioni standard sopra la mediana; 197 hanno risposto correttamente agli *attention check*.

Il campione finale è costituito, quindi, da 197 partecipanti (36.28% del campione iniziale), di cui 120 donne (60.91%) e 77 uomini (39.09%), di età media pari a 29.73 anni (DS=13.54). I partecipanti sono stati suddivisi in tre gruppi: un gruppo di controllo e due gruppi sperimentali.

### **4.1.2 Strumento e Procedura**

I dati sono stati raccolti tramite un questionario anonimo, il quale è stato realizzato tramite la piattaforma Qualtrics e diffuso tramite il Web.

Lo strumento è composto da una serie di blocchi di item; il primo blocco è costituito da una serie di domande volte ad indagare informazioni socio demografiche: vengono richiesti sia dei dati anagrafici, quali età, genere e livello di istruzione, sia una serie di altre informazioni, quali la propria percezione del proprio status economico rispetto alla famiglia italiana media, del proprio status sociale rispetto alla classe sociale media italiana e il proprio orientamento politico, economico (tasse, spesa pubblica) e sociale (immigrazione, diritti civili, assistenza ai bisognosi). Come scala di risposta per questi item è stata utilizzata una barra che andava da “Molto peggiore” a “Molto migliore” oppure da “Vicina alle politiche di sinistra” a “Vicina alle politiche di destra”, a seconda dell’item.

Il secondo blocco era costituito da dodici item con scala di risposta likert a cinque punti (da “Completamento in disaccordo” a “Completamente d’accordo”), volti ad indagare la variabile RWA (l’autoritarismo di destra), oltre a un item volto a controllare l’attenzione del partecipante. Gli item volti ad analizzare

l'autoritarismo di destra provengono dal questionario realizzato da Roccato, Mirisola e Chirumbolo (2009), il quale costituisce l'adattamento italiano della *RWA<sup>3D</sup> scale* di Funke (2005). Lo strumento presenta un alpha di Cronbach relativo alla scala totale pari a .74 e tutti gli item permettono di indagare la variabile autoritarismo. Questa variabile può essere, a sua volta, suddivisa in tre micro-dimensioni: aggressività autoritaria, sottomissione autoritaria e convenzionalismo; tuttavia le singole sottoscale non presentano elevati indici di affidabilità, perciò risulta preferibile indagare la macro-dimensione dell'autoritarismo (Roccato, Mirisola & Chirumbolo, 2009).

Il terzo blocco era costituito da otto item, valutati sulla stessa scala likert precedente, volti ad analizzare la variabile SDO (Orientamento alla Dominanza Sociale).

Il quarto blocco era costituito da un item di controllo del livello di attenzione del partecipante e da 14 item presi dalla versione italiana del questionario MFQ (Moral Foundation Questionnaire), di cui due "filler". Il MFQ è costituito da due scale: una scala di Rilevanza, che valuta quanto i partecipanti ritengono rilevanti certi aspetti morali, e una scala di Giudizio, che valuta il grado di adesione rispetto ad alcune affermazioni, entrambe a 6 punti (da "Per nulla rilevante" a "Estremamente rilevante" e da "Fortemente in disaccordo" a "Fortemente in accordo") (Bobbio et al., 2011).

La scala originaria rilevava cinque dimensioni, ma quelle che sono state selezionate per questo studio sono due: la dimensione Care, che riguarda la cura e il farsi carico di vulnerabili e bisognosi, e la dimensione Ingroup, che riguarda la lealtà e la difesa del proprio gruppo e il patriottismo. Queste due dimensioni possono essere ricondotte, a loro volta, a due insiemi: i fondamenti individualizzanti (centrati sull'individuo) e i fondamenti vincolanti (centrati sul gruppo) (Bobbio et al., 2011).

Successivamente ai partecipanti è stato mostrato un video selezionato in maniera casuale: poteva essere presentato un video di controllo, che non conteneva alcun riferimento morale (mostrava i passaggi per la costruzione di un tavolo), oppure un video carico di riferimenti morali, dove due donne immigrate in Italia raccontavano la loro storia. In particolare, la prima donna era di origine filippina,

immigrata in Italia da quando aveva 17 anni e presentava alcune difficoltà con la lingua italiana. La sua cultura di provenienza era la stessa di quella del paese in cui è arrivata (cultura cattolica) e si mostrava ben integrata in Italia. La seconda donna, invece, era di origine rumena, immigrata in Italia da quando aveva 2 anni e non presentava difficoltà con la lingua italiana. Anche questa donna si mostrava ben integrata in Italia.

Alla fine del video poteva apparire un messaggio morale vincolante o individualizzante; nel primo caso il messaggio era il seguente:

*L'integrazione è fondamentale per la gloria e la sicurezza della collettività. Gestire e regolarizzare l'immigrazione attraverso un lavoro onesto a servizio del nostro Paese, solo così l'integrazione è possibile. L'immigrazione legale e ben gestita può essere una risorsa importante per lo sviluppo economico e sociale del nostro Paese e solo così si può restituire ordine all'Italia. Non possiamo ignorare il problema senza metterci mano, non possiamo lasciare lo Stato in balia del caos.*

In questo messaggio prevalgono i fondamenti morali dell'autorità/rispetto (garantire la gloria e la sicurezza del Paese), dell'ingroup/lealtà (lavorare lealmente per garantire l'appartenenza all'ingroup) e della purezza/santità (assicurare legalità e ordine), valori su cui si basano di solito i conservatori. Il tema che viene trattato è quello dell'integrazione, un argomento pro-attitudinale per i liberali.

Nel secondo caso, invece, il messaggio era il seguente:

*L'integrazione è fondamentale per il bene del prossimo e perché garantisce il rispetto dei diritti umani. Offrire sostegno alle persone immigrate è fondamentale, solo così l'integrazione è possibile. L'immigrazione può rappresentare una risorsa importante per l'arricchimento dell'umanità rendendola meno indifferente e più solidale. Per raggiungere una vera uguaglianza è fondamentale un impegno collettivo da parte di tutti.*

*Non possiamo ignorare il problema senza metterci mano, non possiamo voltare le spalle all'umanità.*

In questo messaggio prevalgono i fondamenti morali della cura/danno e dell'equità/reciprocità, valori su cui si basano di solito i liberali: incentiva il prendersi cura delle persone immigrate, offrendo maggiore solidarietà e garantendo maggiore uguaglianza da parte di tutti. Il tema che viene trattato è sempre quello dell'integrazione, il quale risulta un argomento contro-attitudinale per i conservatori.

Dopo la visione del filmato, ai partecipanti è stato somministrato lo strumento Negative Attitude Toward Immigrants Scale (NATIS), volto ad indagare l'atteggiamento esplicito verso gli immigrati: questo strumento è composto da 12 item con scala di risposta likert a 5 punti che va da "Completamente in disaccordo" a "Completamente d'accordo". Il NATIS presenta una buona coerenza interna, con un alfa di Cronbach di .86 e correlazioni item-totale comprese tra .30 e .65. Questa scala correla positivamente con l'orientamento politico conservatore, l'autoritarismo legale, il dogmatismo e l'estroversione e negativamente con l'apertura all'esperienza e la gradevolezza. Lo strumento è stato realizzato con lo scopo di poter misurare in diversi contesti gli stereotipi verso gli immigrati e i possibili cambiamenti di pregiudizio, indipendentemente dal gruppo di immigrati (Varela et al., 2013).

Subito dopo è stato somministrato un item per rilevare la preferenza per il leader politico e tre item con scala di risposta da "Per niente" a "Moltissimo" per rilevare le conseguenze temute dall'immigrazione, a livello personale, nazionale e globale.

È stato presentato, poi, un compito per la rilevazione degli atteggiamenti impliciti (IAT; Greenwald, McGhee & Schwartz, 1998): questo strumento permette di misurare quali associazioni implicite un soggetto compie tra un concetto e una valutazione generale (es. nomi stranieri e parole spiacevoli).

Ai partecipanti comparivano sullo schermo delle parole e, a seconda delle istruzioni date all'inizio, dovevano classificarle premendo più velocemente

possibile un tasto con l'indice destro o un altro tasto con l'indice sinistro, commettendo il minor numero di errori possibile.

I partecipanti sono stati sottoposti a cinque compiti di categorizzazione, presentati in sequenza, con lo scopo di rilevare la presenza di associazioni negative implicite verso gli immigrati.

In un primo compito, i partecipanti dovevano premere il tasto destro se compariva un nome italiano e il tasto sinistro se il nome era straniero.

Nel secondo compito, i partecipanti dovevano premere il tasto destro se compariva una parola piacevole e il tasto sinistro se appariva una parola spiacevole.

Questi due compiti facevano parte di una fase preparatoria, con lo scopo di far apprendere ai partecipanti le modalità di risposta e attivare nella loro mente i due concetti di interesse (italiani e stranieri) e i due poli della dimensione stereotipica (parole piacevoli e parole spiacevoli), così da poterli preparare per la prima fase di rilevazione, un doppio compito di categorizzazione.

Nel terzo compito, veniva, infatti, chiesto di classificare i nomi italiani e le parole piacevoli premendo il tasto dove avevano posizionato l'indice destro, mentre i nomi stranieri e le parole spiacevoli premendo il tasto dove avevano messo l'indice sinistro. Questo compito può essere definito compatibile perché le categorie associate allo stesso tasto sono collegate anche nelle rappresentazioni mentali dei partecipanti (Greenwald, McGhee & Schwartz, 1998).

Successivamente è stato proposto un altro compito preparatorio per la seconda fase di rilevazione: in questo compito, i partecipanti dovevano premere il tasto di destra quando comparivano nomi stranieri, mentre dovevano premere il tasto di sinistra quando apparivano nomi italiani.

Infine, nell'ultimo compito di rilevazione, i partecipanti dovevano premere il tasto di sinistra quando compariva un nome italiano oppure una parola spiacevole, mentre il tasto di destra quando appariva un nome straniero o una parola piacevole. Questo compito può essere definito incompatibile perché le categorie associate allo stesso tasto non sono collegate nelle rappresentazioni mentali dei partecipanti (Greenwald, McGhee & Schwartz, 1998).



Lo scopo di questa fase è quello di rilevare quale, tra i due compiti di rilevazione (terzo e quinto compito), i partecipanti hanno trovato più facile, cioè in quale hanno risposto con più accuratezza e più velocemente.

Secondo le ipotesi formulate, tanto più una persona associa agli stranieri parole negative, tanto più sarà accurato e rapido nel compito che vede le due categorizzazioni associate allo stesso tasto (terzo compito) rispetto al compito che vede le due classificazioni associate a tasti diversi (quinto compito).

Per finire è stato presentato un item di controllo della manipolazione, dove veniva chiesto al partecipante cosa, secondo il video che aveva appena visto, fosse l'immigrazione.

#### **4.1.3 Analisi delle Variabili rilevate**

Le variabili che si sono volute analizzare tramite il presente studio sono dieci:

1. il livello socio-economico del partecipante o del nucleo familiare (**SES**): in particolare si è rilevato lo status economico e sociale, percepito dal partecipante, della sua famiglia, rispetto a quello che ipotizza essere della famiglia italiana media.
2. l'**orientamento politico, economico** (tasse, spesa pubblica, intervento dello Stato sul privato) e **sociale** (immigrazione, diritti civili, assistenza ai bisognosi): in particolare è stato chiesto ai partecipanti se considerassero il loro orientamento politico vicino alle ideologie di sinistra o a quelle di destra e se, rispetto alle tematiche economiche e sociali, si consideravano vicini alle politiche di sinistra o a quelle di destra.
3. Il Right-Wing Authoritarianism (**RWA**) o autoritarismo di destra, il quale è definito come un insieme di atteggiamenti, costituito da tre componenti: la sottomissione all'autorità identificata come stabile e legittima; l'aggressività autoritaria diretta verso coloro che deviano socialmente rispetto a quanto è stato stabilito dalla propria autorità; il convenzionalismo, ovvero l'adesione alle norme e alle tradizioni sostenute dalla propria autorità (Altemeyer, 1988).

4. Orientamento alla Dominanza Sociale (**SDO**): secondo la “Teoria della dominanza sociale” una persona possiede un alto orientamento alla dominanza sociale se vuole che il proprio gruppo sia superiore e abbia il predominio sugli outgroup, se risulta maggiormente predisposta al pregiudizio e rifiuta qualsiasi ideologia basata sull’uguaglianza (Sidanius & Pratto, 1999).
5. La propensione alla cura e al farsi carico di vulnerabili e bisognosi (**Care**) (Bobbio et al., 2011).
6. La lealtà verso il proprio gruppo, la propensione a difenderlo e il patriottismo (**Ingroup**) (Bobbio et al., 2011).
7. La preferenza per un leader di un determinato orientamento politico (**Leader**).
8. L’atteggiamento esplicito verso l’immigrazione (**NATIS**; Varela et al., 2013).
9. In quale misura vengono temute ripercussioni negative a causa dell’immigrazione, a livello personale, nazionale e mondiale (**Conseguenze**).
10. L’atteggiamento implicito verso le persone immigrate (**IAT**; Greenwald, McGhee & Schwartz, 1998).

Le variabili “Leader”, “NATIS”, “Conseguenze” e “IAT” sono state rilevate, nei due campioni sperimentali, dopo la manipolazione tramite la visione di uno dei due filmati, mentre nel campione di controllo dopo la visione del filmato che non conteneva riferimenti morali.

Di seguito viene riportata una tabella con gli indici di affidabilità interna e la media con deviazione standard di ogni variabile e le correlazioni tra variabili.

| Variabili      | Alpha | M(SD)        | 1.   | 2.   | 3.   | 4.    | 5.   |
|----------------|-------|--------------|------|------|------|-------|------|
| 1.SES          | .76   | 55.84(14.02) | -    |      |      |       |      |
| 2.Orientamento | .93   | 35.32(22.61) | .10  | -    |      |       |      |
| 3.RWA          | .83   | 2.20(.63)    | .01  | .67* | -    |       |      |
| 4.SDO          | .79   | 1.68(.58)    | .15* | .44* | .47* | -     |      |
| 5.Care         | .55   | 4.88(.66)    | .03  | -.08 | -.09 | -.28* | -    |
| 6.Ingroup      | .67   | 4.00(.82)    | .14  | .49* | .50* | .08   | .29* |

|             |     |              |  |  |  |  |  |
|-------------|-----|--------------|--|--|--|--|--|
| Leader      | -   | 36.68(21.86) |  |  |  |  |  |
| NATIS       | .89 | 1.89(.69)    |  |  |  |  |  |
| Conseguenze | .86 | 28.29(21.07) |  |  |  |  |  |
| IAT         | -   | .75(.33)     |  |  |  |  |  |

Note: \*p < .05

*In rosso le variabili post-manipolazione*

Come è possibile vedere dalla seguente tabella, le variabili che presentano una buona affidabilità interna sono: la variabile SES (.76), RWA (.83), SDO (.79), NATIS (.89) e Conseguenze (.86); la variabile Orientamento presenta il più alto indice di affidabilità interna, pari a .93.

Osservando le correlazioni tra variabili, quelle che sono risultate significative, con un indice di significatività  $p < .05$ , sono:

- la variabile “Orientamento” con la variabile “RWA”, con una correlazione positiva pari a .67; ciò sta ad indicare che più l’orientamento politico, economico e sociale sarà spostato verso destra, maggiore sarà la probabilità che il soggetto presenti atteggiamenti di sottomissione all’autorità, convenzionalismo e aggressività autoritaria. Le due variabili condividono il 44,89% della varianza.
- La variabile “Orientamento” con la variabile “SDO” con una correlazione positiva pari a .44; ciò indica che più l’orientamento politico, economico e sociale sarà spostato verso destra, maggiore sarà la probabilità che il soggetto presenti un orientamento alla dominanza sociale, mostrando atteggiamenti di predominio e pregiudizio verso l’outgroup; le due variabili condividono il 19,36% della varianza.
- La variabile “Orientamento” con la variabile “Ingroup” con una correlazione positiva pari a .49; ciò sta a significare che più l’orientamento politico, economico e sociale sarà spostato verso destra, maggiore sarà la probabilità che il soggetto presenti lealtà e patriottismo verso il proprio gruppo; le due variabili condividono il 24,01% della varianza.
- La variabile “SES” con la variabile “SDO” con una correlazione positiva pari a .15; ciò indica che maggiore sarà lo status socio-economico percepito rispetto a quello della famiglia italiana media, maggiore sarà la

probabilità che si manifestino atteggiamenti di dominanza sociale; le due variabili condividono il 2,25% di varianza.

- La variabile “RWA” con la variabile “SDO” con una correlazione positiva pari a .47; ciò sta a significare che a livelli elevati di autoritarismo si rilevano alti livelli di dominanza sociale; le due variabili condividono il 22,09% di varianza.
- La variabile “RWA” con la variabile “Ingroup” con una correlazione positiva pari a .50: ciò indica che a elevati livelli di autoritarismo, si rilevano elevati livelli di patriottismo e atteggiamenti di lealtà e difesa verso il proprio ingroup. Le due variabili condividono il 25% della varianza.
- La variabile “SDO” con la variabile “Care” con una correlazione negativa pari a -.28: ciò sta ad indicare che a elevati livelli di orientamento alla dominanza sociale, si rileva una minore propensione alla cura e al farsi carico di vulnerabili e bisognosi. Le due variabili condividono il 7,84% della varianza.
- La variabile “Care” con la variabile “Ingroup” con una correlazione positiva pari a .29: ciò indica che ad un'elevata propensione alla cura e al farsi carico di vulnerabili e bisognosi, si rileva un elevato patriottismo e atteggiamenti di lealtà e difesa verso il proprio ingroup. Le due variabili condividono l'8,41% di varianza.

Dall'analisi effettuata sulle correlazioni tra le variabili rilevate prima della manipolazione dei partecipanti e dagli indici di affidabilità interna delle stesse variabili, si è deciso di prendere in considerazione per le successive analisi: l'Orientamento politico, economico e sociale; l'Autoritarismo di Destra (RWA); l'Orientamento alla Dominanza Sociale (SDO).

## **4.2 Analisi dei dati**

L'analisi dei dati si è realizzata considerando tre gruppi di partecipanti: due gruppi sperimentali che sono stati sottoposti ad una manipolazione tramite la visione di un filmato, il quale conteneva messaggi associati ad una cornice morale

vincolante o ad una cornice morale individualizzante e un gruppo di controllo sottoposto, invece, alla visione di un video senza riferimenti morali.

I fondamenti individualizzanti sono associati ai liberali, mentre ai conservatori sono associati sia i fondamenti individualizzanti sia quelli vincolanti.

Sono state realizzate una serie di analisi di regressione multipla, in modo da individuare le relazioni dirette delle variabili, senza essere influenzate dagli effetti di altre variabili. In particolare, sono state create delle variabili dummy per verificare gli effetti di ciascuna specifica manipolazione rispetto alla condizione di controllo.

#### 4.2.1 L'atteggiamento esplicito verso gli immigrati

Per la variabile NATIS sono state realizzate tre analisi di regressione multipla, con le variabili indipendenti Orientamento politico, RWA e SDO.

La prima analisi di regressione multipla è stata realizzata considerando la relazione tra l'orientamento politico, economico e sociale e l'atteggiamento esplicito verso gli immigrati (NATIS), nei tre gruppi di partecipanti.

I risultati di questa analisi sono presentati nella tabella seguente:

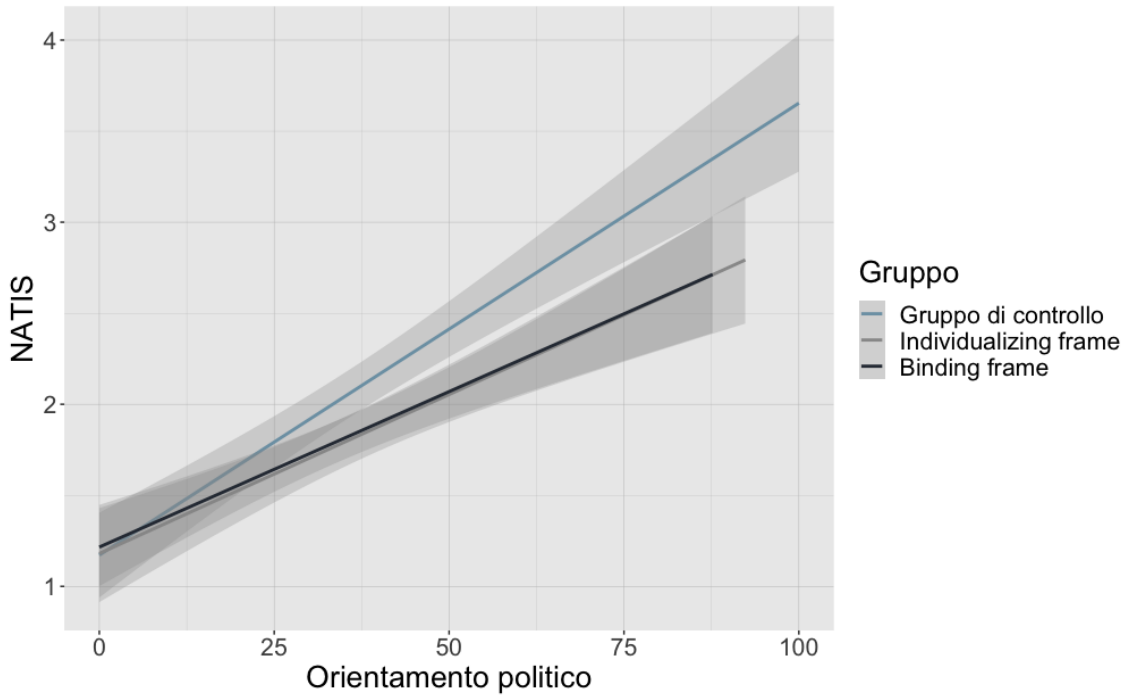
|                                       | Estimate | SE   | <i>t</i> | <i>p</i> |
|---------------------------------------|----------|------|----------|----------|
| Dummy individualizzanti               | .01      | .18  | -.05     | .96      |
| Dummy vincolanti                      | .04      | .16  | -.287    | .78      |
| Orientamento                          | .02      | .003 | 9.40     | < .001   |
| Dummy individualizzanti* Orientamento | -.01     | .004 | -1.82    | .07      |
| Dummy vincolanti* Orientamento        | -.01     | .004 | -2.02    | .04      |

Adjusted R-squared: .46,  $F(5,191) = 33.78$ ,  $p < .001$

Come è possibile vedere dai dati emersi, l'orientamento correla positivamente con l'atteggiamento esplicito verso gli immigrati ( $t = 9.40$ ,  $p < .001$ ), andando ad indicare che più l'orientamento è spostato verso destra, maggiore sarà l'atteggiamento di rifiuto esplicito verso gli immigrati. L'effetto del frame individualizzante sulla variabile NATIS non è risultato significativo ( $t = -.05$ ,  $p = .96$ ),

così come l'effetto del frame vincolante sull'atteggiamento esplicito verso gli immigrati ( $t=-.287$ ,  $p=.78$ ). L'effetto di interazione tra la variabile dummy individualizzate e l'orientamento sulla variabile NATIS non è risultato significativo ( $t=-1.82$ ,  $p=.07$ ), ma la direzione dell'effetto è in linea con le ipotesi: i messaggi associati ad una cornice morale individualizzate tendono ad avere un effetto sull'atteggiamento verso gli immigrati, rendendolo meno negativo soprattutto per i rispondenti con una ideologia politica maggiormente conservatrice. L'effetto di interazione, invece, tra la variabile dummy vincolante e l'orientamento sull'atteggiamento esplicito verso gli immigrati è risultato significativo ( $t=-2.02$ ,  $p=.04$ ), in linea con le ipotesi: i messaggi associati ad una cornice morale vincolante tendono ad avere un effetto sull'atteggiamento verso gli immigrati, rendendolo meno negativo in particolare per i soggetti con una ideologia politica maggiormente conservatrice.

L'atteggiamento esplicito verso gli immigrati è spiegato per il 46% della varianza dall'orientamento politico, economico e sociale e dai messaggi morali a cui i partecipanti sono stati sottoposti ( $R^2 = .46$ ). Il restante 54% è spiegato da altre variabili non incluse in questa analisi. La statistica F è risultata significativa ( $F(5,191) = 33.78$ ,  $p < .001$ ), quindi il coefficiente di determinazione nella popolazione è significativamente diverso da 0 e il modello ipotizzato è adeguato a prevedere l'atteggiamento esplicito verso gli immigrati.



**Figura 1: Relazione tra Orientamento politico e Atteggiamento esplicito verso gli immigrati nelle due condizioni sperimentali (frame individualizzante e frame vincolante) e nel gruppo di controllo**

Dall'analisi del grafico in Figura 1 è possibile vedere che quando i soggetti con un orientamento di destra vengono a contatto con messaggi morali, presentano un minor atteggiamento esplicito negativo verso gli immigrati rispetto alla condizione di controllo; i messaggi morali individualizzanti e vincolanti influenzano in ugual modo le persone con un orientamento di destra: infatti, come è possibile vedere dal grafico, le due rette rappresentanti i due frame coincidono. Invece, soggetti con un orientamento di sinistra, quando vengono a contatto con messaggi morali, non hanno un atteggiamento esplicito verso gli immigrati diverso dai soggetti della condizione di controllo: non sono stati quindi influenzati dai messaggi morali a cui sono stati sottoposti.

La seconda analisi di regressione multipla è stata realizzata considerando la relazione tra l'autoritarismo di destra e l'atteggiamento esplicito verso gli immigrati nei tre gruppi di partecipanti.

I risultati di questa analisi sono presentati nella tabella seguente:

|  | Estimate | SE | <i>t</i> | <i>p</i> |
|--|----------|----|----------|----------|
|  |          |    |          |          |

|                             |      |     |       |        |
|-----------------------------|------|-----|-------|--------|
| Dummy individualizzanti     | .38  | .35 | 1.09  | .28    |
| Dummy vincolanti            | .59  | .30 | 1.95  | .05    |
| RWA                         | .97  | .10 | 9.79  | < .001 |
| Dummy individualizzanti*RWA | -.28 | .15 | -1.86 | .06    |
| Dummy vincolanti*RWA        | -.40 | .13 | -3.03 | .003   |

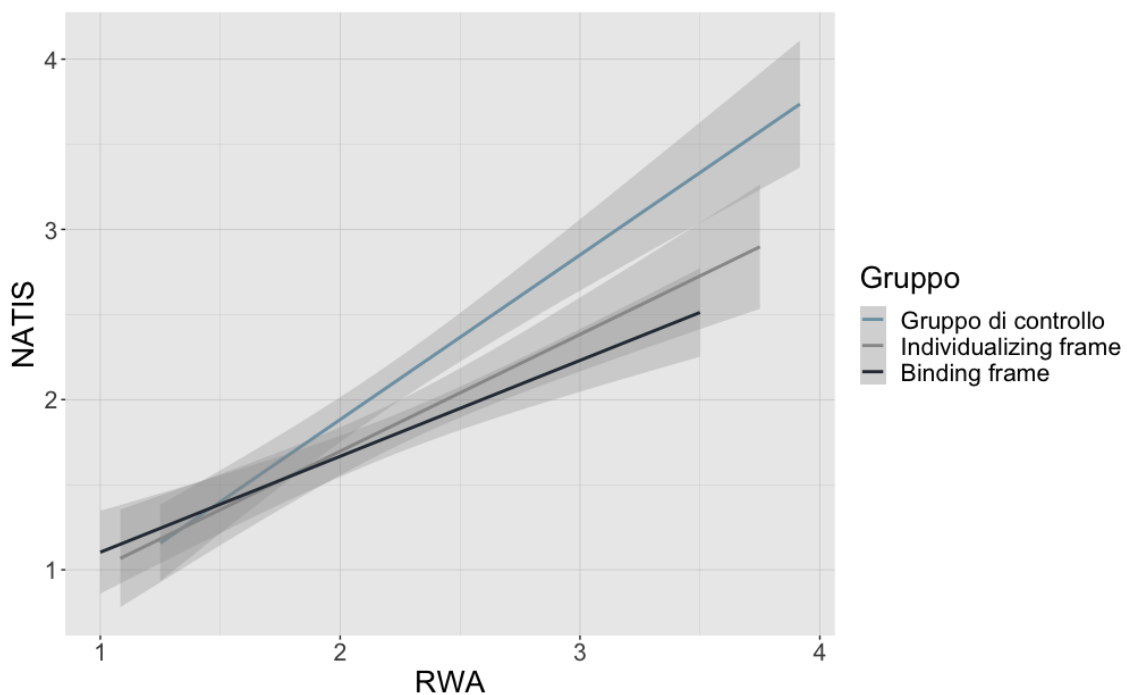
Adjusted R-squared: .47,  $F(5,191) = 36.43$ ,  $p < .001$

Come si può vedere da questi dati, l'autoritarismo di destra è correlato positivamente con l'atteggiamento esplicito verso gli immigrati ( $t=9.79$ ,  $p<.001$ ): maggiori sono i livelli di sottomissione all'autorità, di aggressività autoritaria diretta verso l'outgroup e di convenzionalismo, maggiori saranno gli atteggiamenti espliciti di rifiuto verso gli immigrati. L'effetto del frame individualizzante sulla variabile NATIS non è risultato significativo ( $t=1.09$ ,  $p=.28$ ). Al contrario, l'effetto del frame vincolante sull'atteggiamento esplicito verso gli immigrati è risultato significativo ( $t=1.95$ ,  $p=.05$ ): i messaggi morali vincolanti correlano positivamente con l'atteggiamento esplicito verso gli immigrati, andando ad indicare che i messaggi morali vincolanti possono diminuire gli atteggiamenti espliciti di rifiuto verso gli immigrati. L'effetto di interazione tra la variabile dummy individualizzante e l'autoritarismo di destra sulla variabile NATIS non è risultato significativo ( $t=-1.86$ ,  $p=.06$ ), ma la direzione dell'effetto è in linea con le ipotesi: i messaggi associati ad una cornice morale individualizzante tendono ad avere un effetto sull'atteggiamento esplicito verso gli immigrati, rendendolo meno negativo in particolare per i rispondenti con elevati livelli di autoritarismo. L'effetto di interazione, invece, tra la variabile dummy vincolante e l'RWA sull'atteggiamento esplicito verso gli immigrati è risultato significativo ( $t=-3.03$ ,  $p=.003$ ), in linea con le ipotesi: i messaggi associati ad una cornice morale vincolante tendono ad avere un effetto sull'atteggiamento verso gli immigrati, rendendolo meno negativo in particolare per i soggetti con elevati livelli di autoritarismo di destra.

L'atteggiamento esplicito verso gli immigrati è spiegato per il 47% della varianza dall'autoritarismo di destra e dai messaggi morali a cui i partecipanti sono stati



sottoposti ( $R^2 = .47$ ). Il restante 53% è spiegato da altre variabili non incluse in questa analisi. La statistica F è risultata significativa ( $F(5,191) = 36.43, p < .001$ ), quindi il coefficiente di determinazione nella popolazione è significativamente diverso da 0 e il modello ipotizzato è adeguato a prevedere l'atteggiamento esplicito verso gli immigrati.



**Figura 2: Relazione tra Autoritarismo di destra e Atteggiamento esplicito verso gli immigrati nelle due condizioni sperimentali (frame individualizzante e frame vincolante) e nel gruppo di controllo**

Come è possibile vedere dal grafico in Figura 2, quando i soggetti con un elevato autoritarismo di destra vengono a contatto con messaggi morali, presentano un minor atteggiamento esplicito negativo verso gli immigrati rispetto alla condizione di controllo, in particolare quando vengono sottoposti a messaggi morali vincolanti. Invece, soggetti con un basso livello di autoritarismo, quando vengono a contatto con messaggi morali, non hanno un atteggiamento esplicito verso gli immigrati diverso dai soggetti della condizione di controllo: non sono stati quindi influenzati dai messaggi morali a cui sono stati sottoposti.

La terza analisi di regressione multipla è stata realizzata considerando la relazione tra l'Orientamento alla Dominanza Sociale e l'atteggiamento esplicito verso gli immigrati nei tre gruppi di partecipanti.

I risultati di questa analisi sono presentati nella tabella seguente:

|                              | Estimate | SE  | <i>t</i> | <i>p</i> |
|------------------------------|----------|-----|----------|----------|
| Dummy individualizzanti      | -.10     | .33 | -.29     | .77      |
| Dummy vincolanti             | .65      | .30 | 2.18     | .03      |
| SDO                          | .77      | .12 | 6.73     | < .001   |
| Dummy individualizzanti* SDO | -.09     | .18 | -.51     | .61      |
| Dummy vincolanti* SDO        | -.52     | .17 | -3.07    | .002     |

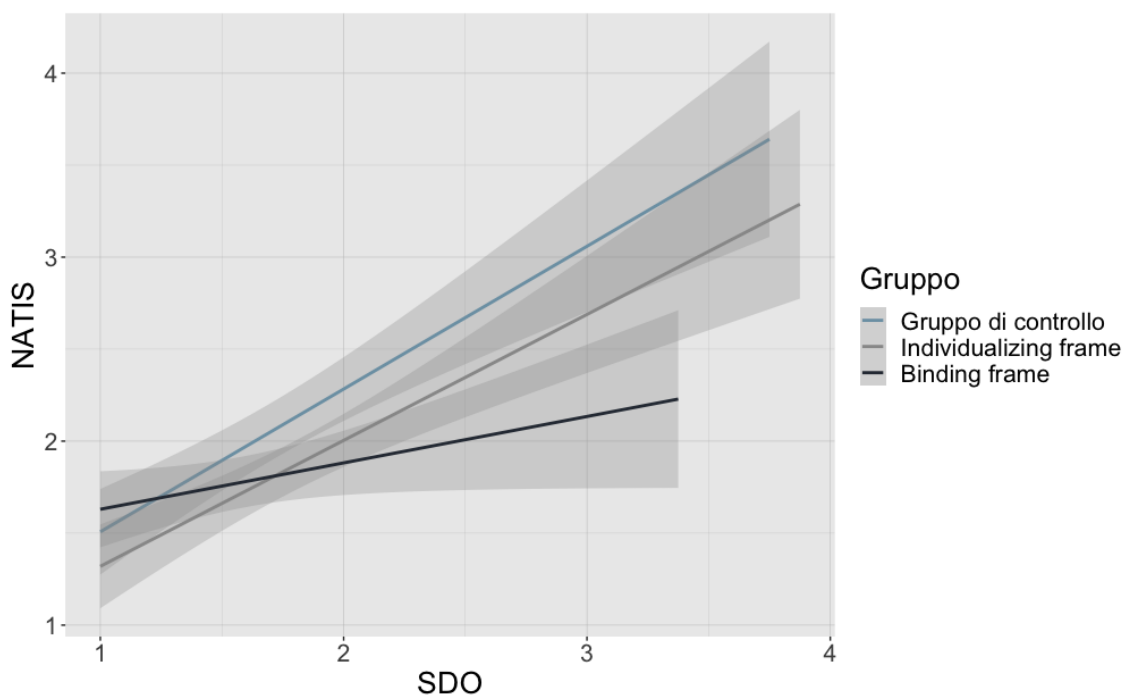
Adjusted R-squared: .28,  $F(5,191) = 16.32$ ,  $p < .001$

L'orientamento alla dominanza sociale correla positivamente con l'atteggiamento esplicito verso gli immigrati ( $t=6.73$ ,  $p<.001$ ): soggetti con una elevata predisposizione al pregiudizio e al rifiuto di qualsiasi ideologia basata sull'uguaglianza, tendono a manifestare un atteggiamento esplicito di rifiuto verso gli immigrati. L'effetto del frame individualizzante sull'atteggiamento esplicito verso gli immigrati non è risultato significativo ( $t=-.29$ ,  $p=.77$ ). Al contrario, l'effetto del frame vincolante sulla variabile NATIS è risultato significativo ( $t=2.18$ ,  $p=.03$ ); i messaggi morali vincolanti correlano positivamente con l'atteggiamento esplicito verso gli immigrati, andando ad indicare che i messaggi morali vincolanti possono diminuire l'atteggiamento esplicito di rifiuto verso gli immigrati. L'effetto di interazione tra la variabile dummy individualizzante e l'orientamento alla dominanza sociale sulla variabile NATIS non è risultato significativo ( $t=-.51$ ,  $p=.61$ ), indicando che i messaggi morali individualizzanti non hanno effetti significativi sull'atteggiamento esplicito di rifiuto verso gli immigrati, indipendentemente dai livelli di orientamento alla dominanza sociale.

Al contrario, l'effetto di interazione della variabile dummy vincolante e l'orientamento alla dominanza sociale sulla variabile NATIS è risultato significativo ( $t=-3.07$ ,  $p=.002$ ): i messaggi associati ad una cornice morale

vincolante tendono ad avere un effetto sull'atteggiamento verso gli immigrati, rendendolo meno negativo, in particolare per i soggetti con elevati livelli di orientamento alla dominanza sociale.

L'atteggiamento esplicito verso gli immigrati è spiegato per il 28% della varianza dall'Orientamento alla Dominanza Sociale e dai messaggi morali a cui i partecipanti sono stati sottoposti ( $R^2 = .28$ ). Il restante 72% è spiegato da altre variabili non incluse in questa analisi. La statistica F è risultata significativa ( $F(5,191) = 16.32, p < .001$ ), quindi il coefficiente di determinazione nella popolazione è significativamente diverso da 0 e il modello ipotizzato è adeguato a prevedere l'atteggiamento esplicito verso gli immigrati.



**Figura 3: Relazione tra Orientamento alla dominanza sociale e Atteggiamento esplicito verso gli immigrati nelle due condizioni sperimentali (frame individualizzante e frame vincolante) e nel gruppo di controllo**

Dall'osservazione del grafico in Figura 3, si può constatare che quando i soggetti con un elevato orientamento alla dominanza sociale vengono a contatto con messaggi morali, presentano un minor atteggiamento esplicito negativo verso gli immigrati rispetto alla condizione di controllo, soprattutto quando vengono sottoposti a messaggi morali vincolanti. Invece, soggetti con un basso orientamento alla dominanza sociale, quando vengono a contatto con messaggi

morali, non hanno un atteggiamento esplicito verso gli immigrati molto diverso dai soggetti della condizione di controllo: quando vengono a contatto con il frame vincolante, il loro atteggiamento esplicito di rifiuto verso gli immigrati si alza leggermente rispetto alla condizione di controllo, mentre quando vengono a contatto con il frame individualizzante si abbassa leggermente, in media.

Nel leggere questo grafico bisogna tenere presente che l'effetto dei messaggi morali individualizzanti sull'atteggiamento esplicito verso gli immigrati non è risultato significativo, indipendentemente dai livelli di orientamento alla dominanza sociale.

#### 4.2.2 La preferenza per un leader politico

Per la variabile Leader sono state realizzate tre analisi di regressione multipla, con le variabili indipendenti Orientamento politico, RWA e SDO.

La prima analisi di regressione multipla è stata realizzata considerando la relazione tra l'orientamento politico, economico e sociale e la preferenza per un leader di un determinato orientamento politico (Leader), nei tre gruppi di partecipanti.

I risultati di questa analisi sono presentati nella tabella seguente:

|                                       | Estimate | SE   | <i>t</i> | <i>p</i> |
|---------------------------------------|----------|------|----------|----------|
| Dummy individualizzanti               | -4.46    | 3.60 | -1.24    | .22      |
| Dummy vincolanti                      | 1.31     | 3.19 | .41      | .68      |
| Orientamento                          | .88      | .05  | 16.28    | < .001   |
| Dummy individualizzanti* Orientamento | .03      | .08  | .44      | .66      |
| Dummy vincolanti* Orientamento        | -.10     | .08  | -1.25    | .21      |

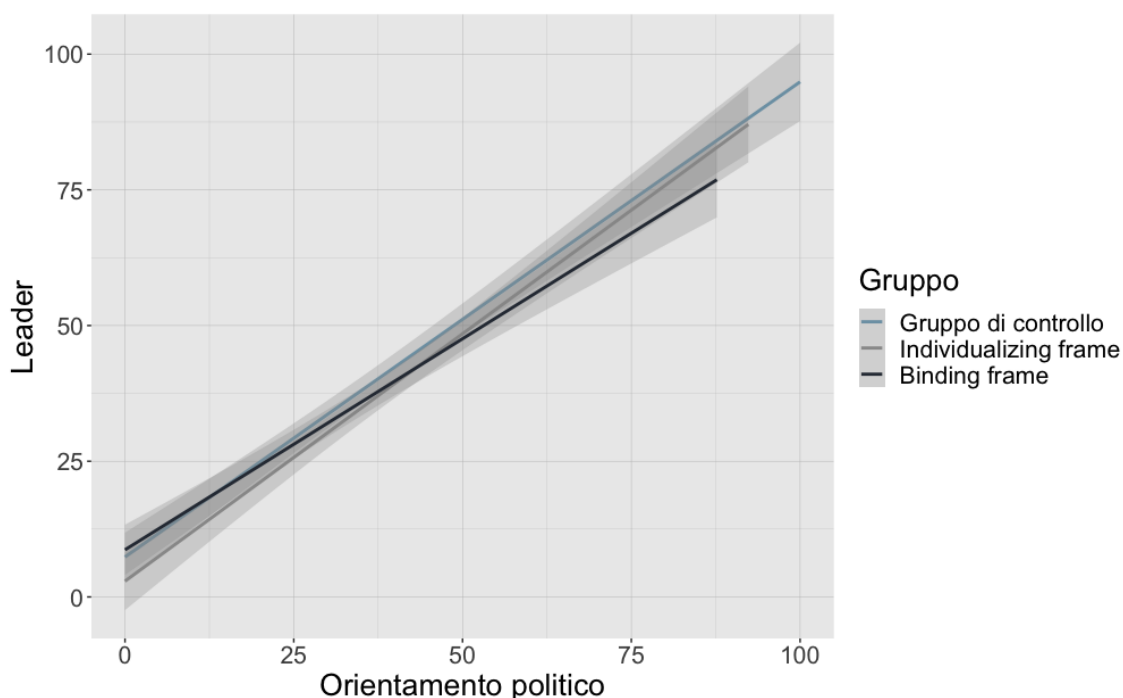
Adjusted R-squared: .77,  $F(5,191) = 135$ ,  $p < .001$

L'orientamento politico correla positivamente con la variabile Leader ( $t=16.28$ ,  $p<.001$ ): un soggetto con un orientamento politico di destra tenderà a preferire un leader di destra, viceversa, un soggetto con orientamento politico di sinistra tenderà a preferire un leader di sinistra.

L'effetto del frame vincolante sulla variabile Leader ( $t=.41$ ,  $p=.68$ ) non è risultato significativo così come l'effetto del frame individualizzante sulla variabile Leader ( $t=-1.24$ ,  $p=.22$ ).

L'effetto di interazione tra la variabile dummy vincolante e l'orientamento sulla preferenza per un leader non è risultato significativo ( $t=-1.25$ ,  $p=.21$ ), così come l'effetto di interazione tra la variabile dummy individualizzate e l'orientamento sulla preferenza per un leader ( $t=.44$ ,  $p=.66$ ): i messaggi morali individualizzanti e vincolanti non influenzano la preferenza per un certo leader politico, indipendentemente dall'orientamento politico.

La preferenza per un certo leader politico è spiegata per il 77% della varianza dall'orientamento politico, sociale ed economico mentre non viene influenzata da un frame individualizzante o vincolante. La statistica F è risultata significativa ( $F(5,191) = 135$ ,  $p < .001$ ), quindi il coefficiente di determinazione nella popolazione è significativamente diverso da 0 e il modello ipotizzato è adeguato a prevedere la preferenza per un leader di un certo orientamento politico.



**Figura 4: Relazione tra Orientamento politico e preferenza per un leader politico nelle due condizioni sperimentali (frame individualizzante e frame vincolante) e nel gruppo di controllo**

La seconda analisi di regressione multipla è stata realizzata considerando la relazione tra l'autoritarismo di destra e la preferenza per un leader politico nei tre gruppi di partecipanti.

I risultati di questa analisi sono presentati nella tabella seguente:

|                             | Estimate | SE    | <i>t</i> | <i>p</i> |
|-----------------------------|----------|-------|----------|----------|
| Dummy individualizzanti     | -.80     | 11.82 | -.07     | .95      |
| Dummy vincolanti            | 18.29    | 10.44 | 1.75     | .08      |
| RWA                         | 25.48    | 3.40  | 7.49     | < .001   |
| Dummy individualizzanti*RWA | .41      | 5.20  | -.08     | .94      |
| Dummy vincolanti*RWA        | -10.44   | 4.59  | -2.27    | .02      |

Adjusted R-squared: .38,  $F(5,191) = 24.57, p < .001$

L'autoritarismo di destra correla positivamente con la preferenza per un leader ( $t=7.49, p<.001$ ): soggetti con un alto autoritarismo di destra (alti livelli di sottomissione all'autorità, di aggressività autoritaria diretta verso l'outgroup e di convenzionalismo), tenderanno a preferire un leader conservatore, mentre soggetti con un basso livello di autoritarismo tenderanno a preferire leader liberali.

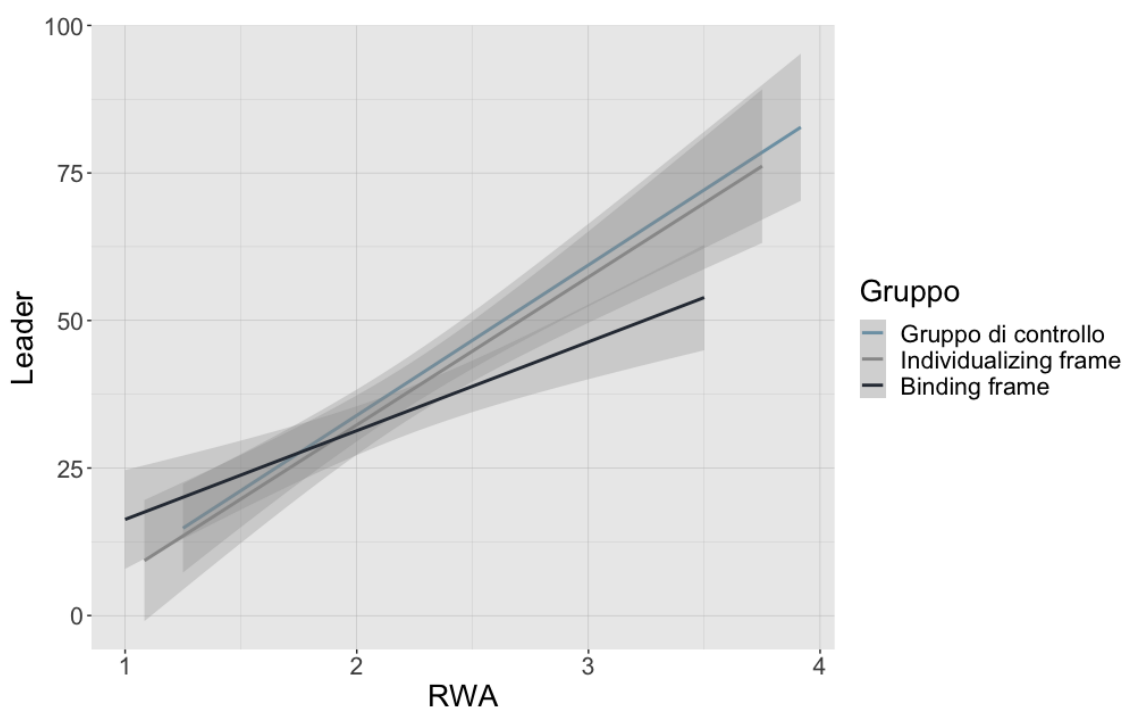
L'effetto del frame individualizzante sulla preferenza per il leader non è risultato significativo ( $t=-.07, p=.95$ ), così come l'effetto del frame vincolante sulla preferenza per il leader ( $t=1.75, p=.08$ ).

L'effetto di interazione tra la variabile dummy individualizzante e l'autoritarismo di destra sulla preferenza per il leader politico non è risultato significativo ( $t=-.08, p=.94$ ), indicando che i messaggi associati ad una cornice morale individualizzate tendono a non avere effetti sulla preferenza per un leader di un certo orientamento politico, indipendentemente dai livelli di autoritarismo di destra.

Al contrario, l'effetto di interazione tra la variabile dummy vincolante e l'autoritarismo di destra sulla preferenza per il leader politico è risultato significativo ( $t=-2.27, p=.02$ ): i messaggi associati ad una cornice morale vincolante tendono ad avere un effetto sulla preferenza per un leader, rendendo

meno preferibile un leader di destra in particolare per i soggetti con elevati livelli di autoritarismo di destra.

La preferenza per un leader politico di un certo orientamento è spiegata per il 38% della varianza dai livelli di autoritarismo e dai messaggi morali vincolanti a cui i partecipanti sono stati sottoposti ( $R^2 = .38$ ). Il restante 62% è spiegato da altre variabili non incluse in questa analisi. La statistica F è risultata significativa ( $F(5,191) = 24.57, p < .001$ ), quindi il coefficiente di determinazione nella popolazione è significativamente diverso da 0 e il modello ipotizzato è adeguato a prevedere la preferenza per un certo leader politico.



**Figura 5: Relazione tra Autoritarismo di destra e preferenza per un leader politico nelle due condizioni sperimentali (frame individualizzante e frame vincolante) e nel gruppo di controllo**

Come è possibile vedere dal grafico in Figura 5, quando i soggetti con un elevato autoritarismo di destra vengono a contatto con messaggi morali vincolanti, presentano una minor preferenza per un leader politico di destra rispetto alla condizione di controllo; mentre quando vengono a contatto con messaggi morali individualizzanti, la loro preferenza per un leader di destra non cambia rispetto alla condizione di controllo. Invece, quando soggetti con un basso autoritarismo vengono a contatto con messaggi morali vincolanti, la loro preferenza per un

leader conservatore si alza di qualche punto, rispetto alla condizione di controllo; al contrario, quando vengono a contatto con messaggi morali individualizzanti, la loro preferenza per il leader non cambia rispetto alla condizione di controllo.

La terza analisi di regressione multipla è stata realizzata considerando la relazione tra l'orientamento alla dominanza sociale e la preferenza per un leader politico nei tre gruppi di partecipanti.

I risultati di questa analisi sono presentati nella tabella seguente:

|                              | Estimate | SE    | <i>t</i> | <i>p</i> |
|------------------------------|----------|-------|----------|----------|
| Dummy individualizzanti      | 8.12     | 11.70 | .69      | .49      |
| Dummy vincolanti             | 8.13     | 10.46 | .78      | .44      |
| SDO                          | 16.40    | 4.06  | 4.04     | < .001   |
| Dummy individualizzanti* SDO | -5.47    | 6.34  | -.86     | .40      |
| Dummy vincolanti* SDO        | -6.50    | 6.01  | -1.08    | .28      |

Adjusted R-squared: .11,  $F(5,191) = 5.59$ ,  $p < .001$

L'orientamento alla dominanza sociale correla positivamente con la preferenza per il leader politico ( $t=4.04$ ,  $p<.001$ ): soggetti con una elevata predisposizione al pregiudizio e al rifiuto di qualsiasi ideologia basata sull'uguaglianza, tendono a presentare una preferenza per un leader conservatore; al contrario, soggetti con un basso orientamento alla dominanza sociale tendono a preferire un leader liberale.

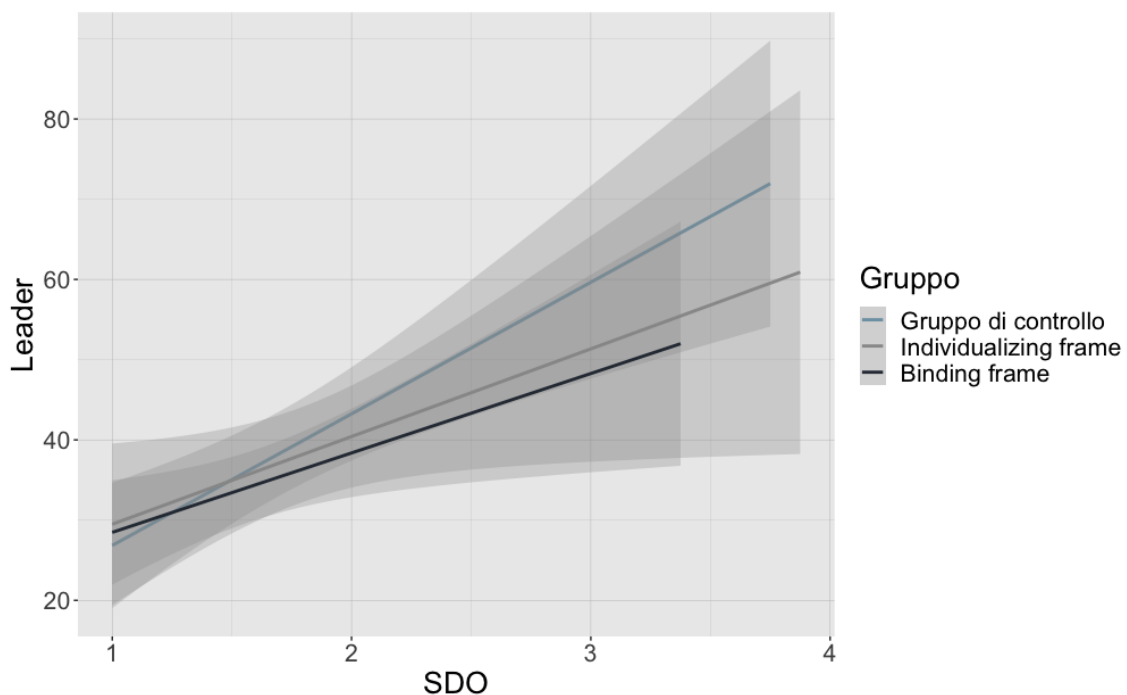
Gli effetti del frame vincolante ( $t=.78$ ,  $p=.44$ ) e del frame individualizzante ( $t=.69$ ,  $p=.49$ ) sulla preferenza per il leader politico non sono risultati significativi, andando ad indicare che i frame vincolanti e individualizzanti non sembrano influenzare in generale la preferenza per un certo leader politico.

Nemmeno l'effetto di interazione tra la variabile dummy individualizzante e l'orientamento alla dominanza sociale sulla preferenza per un certo leader politico non è risultato significativo ( $t=-.86$ ,  $p=.40$ ), così come l'effetto di interazione tra la variabile dummy vincolante e l'orientamento alla dominanza sociale sulla variabile leader ( $t=-1.08$ ,  $p=.28$ ): i messaggi morali vincolanti e individualizzanti



non sembrano avere alcun effetto sulla preferenza per un certo leader politico, indipendentemente dai livelli di orientamento alla dominanza sociale.

La preferenza per un leader politico di un certo orientamento è spiegata per l'11% della varianza dai livelli di orientamento alla dominanza sociale e non dai messaggi morali a cui i partecipanti sono stati sottoposti ( $R^2 = .11$ ). Il restante 89% è spiegato da altre variabili non incluse in questa analisi. La statistica F è risultata significativa ( $F(5,191) = 5.59, p < .001$ ), quindi il coefficiente di determinazione nella popolazione è significativamente diverso da 0 e il modello ipotizzato è adeguato a prevedere la preferenza per un certo leader politico.



**Figura 6: Relazione tra Orientamento alla dominanza sociale e preferenza per un leader politico nelle due condizioni sperimentali (frame individualizzante e frame vincolante) e nel gruppo di controllo**

Dal grafico presente in Figura 6 è possibile vedere che quando i soggetti con un alto orientamento alla dominanza sociale vengono a contatto con messaggi morali individualizzanti o vincolanti, la loro preferenza per un leader di destra si abbassa, in particolare quando i messaggi morali sono vincolanti, rispetto alla condizione di controllo. Al contrario, soggetti con un basso orientamento alla dominanza sociale, quando vengono a contatto con frame individualizzanti o vincolanti, non cambiano la loro preferenza per un leader rispetto alla condizione

di controllo. Tuttavia, dai risultati riportati precedentemente, questi effetti non sono risultati significativi.

Nel considerare questi risultati derivanti dalle tre analisi di regressione multipla effettuate sulla variabile leader, con le variabili indipendenti orientamento politico, RWA e SDO, bisogna tenere conto che, per valutare la preferenza per il leader politico, è stato utilizzato un solo item del questionario: i risultati, quindi, non risultano molto attendibili.

#### 4.2.3 Le conseguenze temute dall'immigrazione

Per la variabile Conseguenze sono state realizzate tre analisi di regressione multipla, con le variabili indipendenti Orientamento politico, RWA e SDO.

La prima analisi di regressione multipla è stata realizzata considerando la relazione tra l'orientamento politico, economico e sociale e le conseguenze temute dall'immigrazione, a livello personale, nazionale e mondiale, nei tre gruppi di partecipanti.

I risultati di questa analisi sono presentati nella tabella seguente:

|                                       | Estimate | SE   | <i>t</i> | <i>p</i> |
|---------------------------------------|----------|------|----------|----------|
| Dummy individualizzanti               | 7.46     | 5.80 | 1.29     | .20      |
| Dummy vincolanti                      | 6.06     | 5.14 | 1.19     | .24      |
| Orientamento                          | .74      | .09  | 8.48     | < .001   |
| Dummy individualizzanti* Orientamento | -.31     | .13  | -2.33    | .02      |
| Dummy vincolanti* Orientamento        | -.27     | .13  | -2.18    | .03      |

Adjusted R-squared: .27,  $F(5,191) = 23.69$ ,  $p < .001$

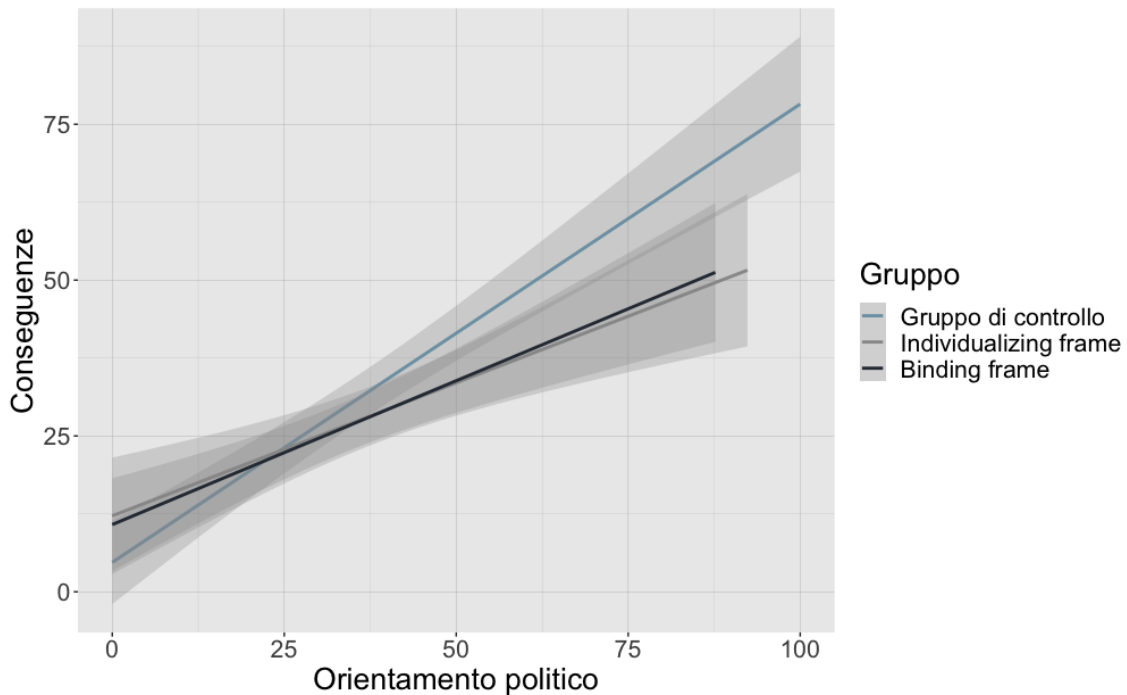
L'orientamento politico correla positivamente con le conseguenze temute dall'immigrazione ( $t=8.48$ ,  $p<.001$ ): persone con un orientamento di destra tendono a temere maggiori conseguenze a livello personale, nazionale, mondiale dovute all'immigrazione, mentre persone con un orientamento di sinistra tendono a non temere o temere meno ripercussioni negative dovute all'immigrazione.

L'effetto del frame individualizzante sulla variabile Conseguenze non è risultato significativo ( $t=1.29$ ,  $p=.20$ ): non è presente alcuna correlazione tra i messaggi morali individualizzanti e le conseguenze temute dall'immigrazione.

Nemmeno l'effetto del frame vincolante sulla variabile Conseguenze non è risultato significativo ( $t=1.19$ ,  $p=.24$ ): non è presente alcuna correlazione tra i messaggi morali vincolanti e le conseguenze temute dall'immigrazione.

L'effetto di interazione tra la variabile dummy individualizzate e l'orientamento sulla variabile Conseguenze è risultato significativo ( $t=-2.33$ ,  $p=.02$ ): i messaggi associati ad una cornice morale individualizzate tendono ad avere un effetto sulle conseguenze temute dall'immigrazione, riducendole soprattutto nei rispondenti che presentano un orientamento politico, economico e sociale di destra.

L'effetto di interazione tra la variabile dummy vincolante e l'orientamento sulle conseguenze temute dall'immigrazione è risultato, allo stesso modo, significativo ( $t=-2.18$ ,  $p=.03$ ): i messaggi associati ad una cornice morale vincolante tendono ad avere un effetto sulle conseguenze temute dall'immigrazione, riducendole in particolare tra quei soggetti che presentano un orientamento politico, economico e sociale di destra. Le conseguenze temute dall'immigrazione, a livello personale, economico e mondiale, sono spiegate per il 27% della varianza dall'orientamento politico, economico e sociale e dai messaggi morali a cui i partecipanti sono stati sottoposti ( $R^2 = .27$ ). Il restante 73% è spiegato da altre variabili non incluse in questa analisi. La statistica F è risultata significativa ( $F(5,191) = 23.69$ ,  $p < .001$ ), quindi il coefficiente di determinazione nella popolazione è significativamente diverso da 0 e il modello ipotizzato è adeguato a prevedere le conseguenze temute dall'immigrazione.



**Figura 7: Relazione tra Orientamento politico e Conseguenze temute dall'immigrazione nelle due condizioni sperimentali (frame individualizzante e frame vincolante) e nel gruppo di controllo**

Dall'analisi del grafico in Figura 7 è possibile constatare che, quando i soggetti con un orientamento politico di destra vengono a contatto con messaggi morali individualizzanti o vincolanti, temono meno conseguenze a livello personale, economico e mondiale, dovute all'immigrazione, rispetto al gruppo di controllo. Mentre soggetti di orientamento politico di sinistra, quando vengono in contatto con questi messaggi morali, non si differenziano molto dal gruppo di controllo nel temere conseguenze dovute all'immigrazione.

La seconda analisi di regressione multipla è stata realizzata considerando la relazione tra l'autoritarismo di destra e le conseguenze temute dall'immigrazione, a livello personale, nazionale e mondiale, nei tre gruppi di partecipanti.

I risultati di questa analisi sono presentati nella tabella seguente:

|                         | Estimate | SE        | <i>t</i> | <i>p</i> |
|-------------------------|----------|-----------|----------|----------|
| Dummy individualizzanti | 5.31     | 12.7<br>2 | .42      | .68      |
| Dummy vincolanti        | 10.68    | 11.1<br>7 | .96      | .34      |

|                             |       |      |       |        |
|-----------------------------|-------|------|-------|--------|
| RWA                         | 20.20 | 3.64 | 5.55  | < .001 |
| Dummy individualizzanti*RWA | -3.83 | 5.56 | -.69  | .49    |
| Dummy vincolanti*RWA        | -7.24 | 4.91 | -1.48 | .14    |

Adjusted R-squared: .23,  $F(5,191) = 12.74, p < .001$

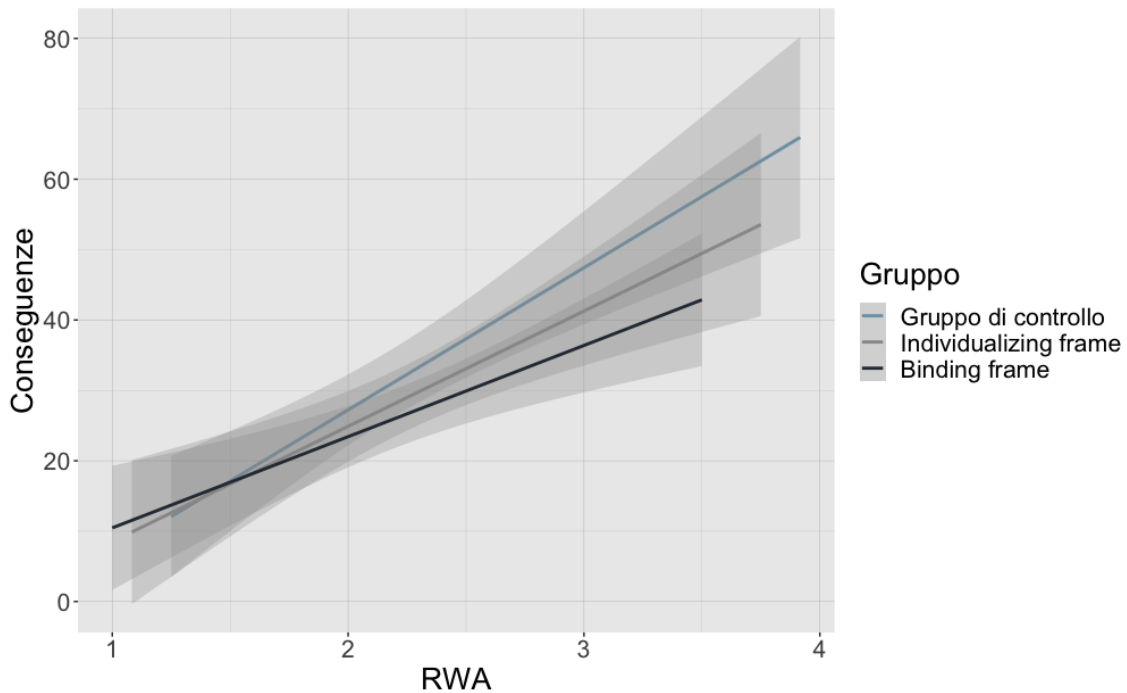
L'autoritarismo di destra correla positivamente con le conseguenze temute dall'immigrazione ( $t=5.55, p<.001$ ): soggetti con un alto autoritarismo di destra (alti livelli di sottomissione all'autorità, di aggressività autoritaria diretta verso l'outgroup e di convenzionalismo), possono temere maggiori conseguenze dovute all'immigrazione; mentre, soggetti con un basso autoritarismo di destra possono non temere o temere minori conseguenze dovute all'immigrazione.

L'effetto della variabile dummy individualizzante sulla variabile Conseguenze non è risultato significativo ( $t=.42, p=.68$ ), così come l'effetto della variabile dummy vincolante sulla variabile Conseguenze ( $t=.96, p=.34$ ).

L'effetto di interazione tra la variabile dummy individualizzate e l'autoritarismo di destra sulla variabile Conseguenze non è risultato significativo ( $t=-.69, p=.49$ ), così come l'effetto di interazione tra la variabile dummy vincolante e l'autoritarismo di destra sulla variabile Conseguenze ( $t=-1.48, p=.14$ ).

I messaggi morali individualizzanti e vincolanti non sembrano influenzare il temere conseguenze a livello personale, economico e mondiale dovute all'immigrazione; al contrario elevati livelli di autoritarismo di destra possono portare a temere maggiori ripercussioni negative dovute all'immigrazione.

Il temere conseguenze dall'immigrazione è spiegato per il 23% della varianza dall'autoritarismo di destra, mentre non viene influenzata da un frame individualizzante o vincolante. Il restante 77% è spiegato da altre variabili non incluse in questa analisi. La statistica F è risultata significativa ( $F(5,191) = 12.74, p < .001$ ), quindi il coefficiente di determinazione nella popolazione è significativamente diverso da 0 e il modello ipotizzato è adeguato a prevedere le conseguenze temute dall'immigrazione.



**Figura 8: Relazione tra Autoritarismo di destra e Conseguenze temute dall'immigrazione nelle due condizioni sperimentali (frame individualizzante e frame vincolante) e nel gruppo di controllo**

La terza analisi di regressione multipla è stata realizzata considerando la relazione tra l'orientamento alla dominanza sociale e le conseguenze temute dall'immigrazione, a livello personale, nazionale e mondiale, nei tre gruppi di partecipanti.

I risultati di questa analisi sono presentati nella tabella seguente:

|                              | Estimate | SE    | <i>t</i> | <i>p</i> |
|------------------------------|----------|-------|----------|----------|
| Dummy individualizzanti      | 4.02     | 11.03 | .36      | .72      |
| Dummy vincolanti             | 15.59    | 9.87  | 1.58     | .12      |
| SDO                          | 18.42    | 3.83  | 4.80     | < .001   |
| Dummy individualizzanti* SDO | -4.27    | 5.98  | -.71     | .48      |
| Dummy vincolanti* SDO        | -11.52   | 5.67  | -2.03    | .04      |

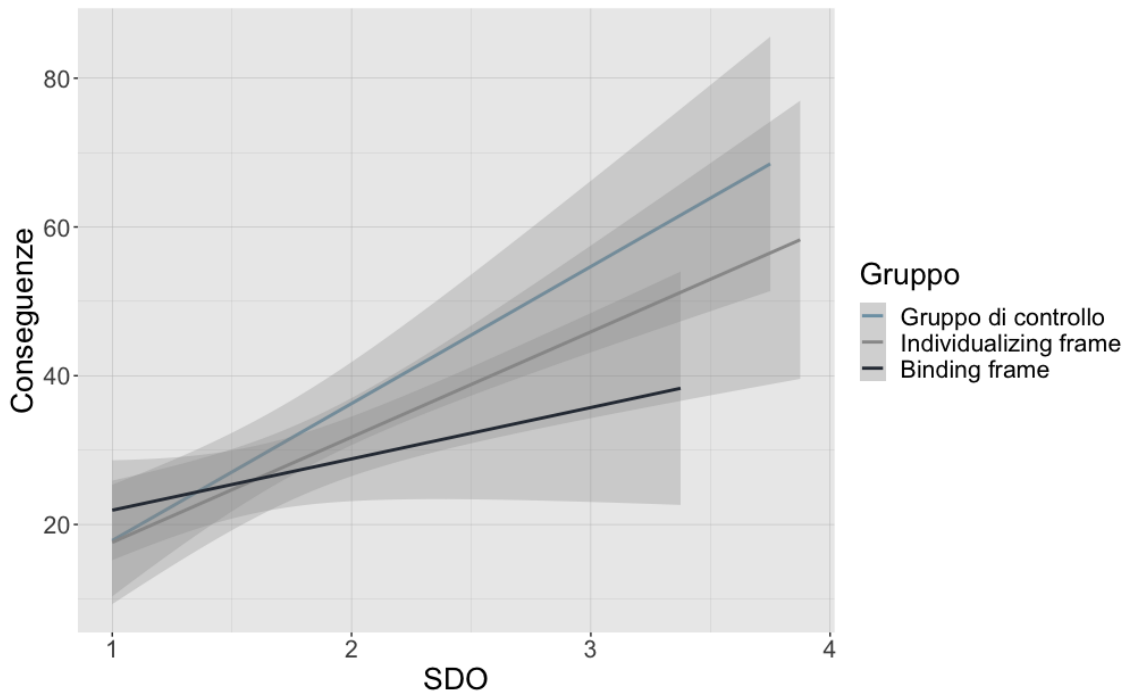
Adjusted R-squared: .14,  $F(5,191) = 7.47$ ,  $p < .001$

L'orientamento alla dominanza sociale è correlato positivamente con le conseguenze temute dall'immigrazione ( $t=4.80$ ,  $p<.001$ ): soggetti con una elevata predisposizione al pregiudizio e al rifiuto di qualsiasi ideologia basata sull'uguaglianza, temono maggiori conseguenze dovute all'immigrazione; al contrario, soggetti con un basso orientamento alla dominanza sociale non temono o temono in minor misura ripercussioni negative dovute all'immigrazione. L'effetto della variabile dummy individualizzante sulle conseguenze non è risultato significativo ( $t=.36$ ,  $p=.72$ ), così come l'effetto del frame vincolante sulla variabile Conseguenze ( $t=1.58$ ,  $p=.12$ ).

L'effetto di interazione tra la variabile dummy individualizzante e l'orientamento alla dominanza sociale sulla variabile Conseguenze non è risultato significativo ( $t=-.71$ ,  $p=.48$ ), indicando che i messaggi associati ad una cornice morale individualizzate sembrano non avere effetti sulle ripercussioni temute dall'immigrazione.

L'effetto di interazione tra la variabile dummy vincolante e l'orientamento alla dominanza sociale sulle conseguenze temute dall'immigrazione è risultato, invece, significativo ( $t=-2.03$ ,  $p=.04$ ), in linea con le ipotesi: i messaggi associati ad una cornice morale vincolante tendono ad avere un effetto sulle conseguenze temute dall'immigrazione, rendendole meno negative in particolare per i soggetti con un elevato orientamento alla dominanza sociale.

Le conseguenze temute dall'immigrazione, a livello personale, economico e mondiale, sono spiegate per il 14% della varianza dall'orientamento alla dominanza sociale e dai messaggi morali vincolanti a cui i partecipanti sono stati sottoposti ( $R^2 = .14$ ). Il restante 86% è spiegato da altre variabili non incluse in questa analisi. La statistica F è risultata significativa ( $F(5,191) = 7.47$ ,  $p < .001$ ), quindi il coefficiente di determinazione nella popolazione è significativamente diverso da 0 e il modello ipotizzato è adeguato a prevedere le conseguenze temute dall'immigrazione.



**Figura 9: Relazione tra Orientamento alla dominanza sociale e Conseguenze temute dall'immigrazione nelle due condizioni sperimentali (frame individualizzante e frame vincolante) e nel gruppo di controllo**

Dall'analisi del grafico in Figura 9 è possibile constatare che, quando i soggetti con un elevato orientamento alla dominanza sociale vengono a contatto con messaggi morali individualizzanti o vincolanti, temono meno conseguenze a livello personale, economico e mondiale, dovute all'immigrazione, rispetto al gruppo di controllo. Questo effetto risulta molto evidente con i messaggi morali vincolanti. Nel considerare questo grafico, è necessario tenere presente che l'effetto dei messaggi individualizzanti sulle conseguenze temute non è risultato significativo, indipendentemente dai livelli di orientamento alla dominanza sociale.

Al contrario, soggetti con un basso orientamento alla dominanza sociale, quando vengono in contatto con questi messaggi morali, non si differenziano dal gruppo di controllo nel temere conseguenze dovute all'immigrazione.

#### **4.2.4 L'atteggiamento implicito verso gli immigrati**

Per la variabile IAT sono state realizzate tre analisi di regressione multipla, con le variabili indipendenti orientamento politico, RWA e SDO.



La prima analisi di regressione multipla è stata realizzata considerando la relazione tra l'orientamento politico, economico e sociale e l'atteggiamento implicito verso le persone immigrate, nei tre gruppi di partecipanti.

I risultati di questa analisi sono presentati nella tabella seguente:

|                                       | Estimate | SE   | <i>t</i> | <i>p</i> |
|---------------------------------------|----------|------|----------|----------|
| Dummy individualizzanti               | -.13     | .12  | -1.08    | .28      |
| Dummy vincolanti                      | .02      | .10  | .16      | .88      |
| Orientamento                          | .001     | .002 | .66      | .51      |
| Dummy individualizzanti* Orientamento | .002     | .003 | .71      | .48      |
| Dummy vincolanti* Orientamento        | -.001    | .003 | -.56     | .58      |

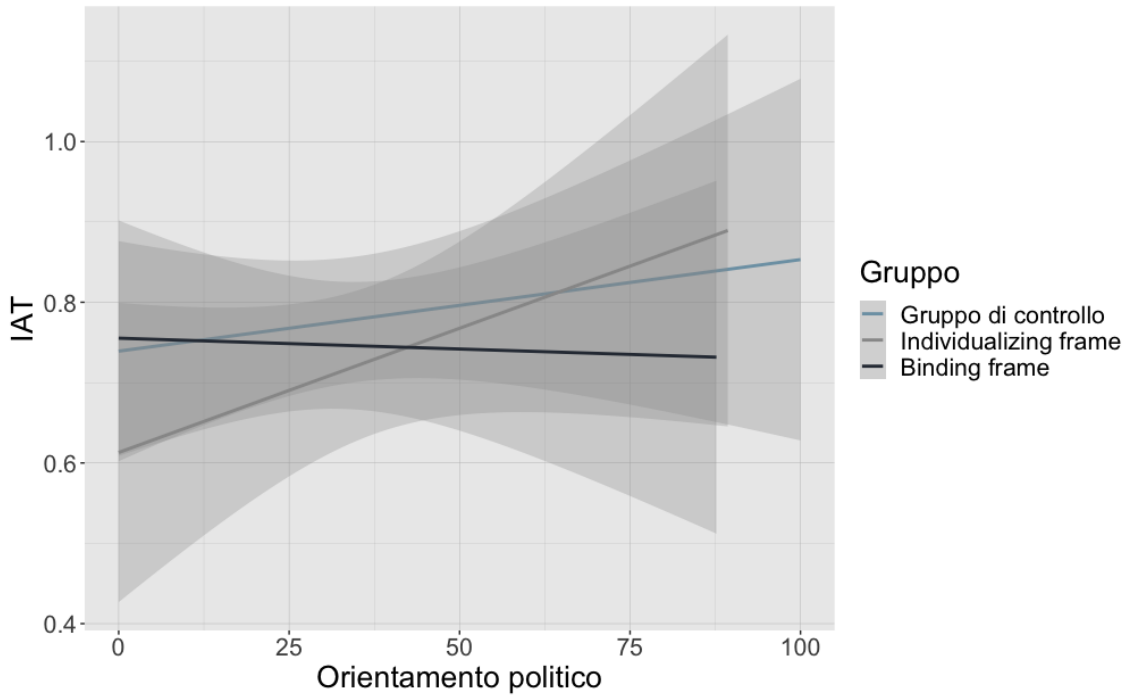
Adjusted R-squared: -.01,  $F(5,187) = .66, p = .65$

Dai risultati di questa analisi, l'orientamento politico non sembra essere in grado di prevedere l'atteggiamento implicito verso le persone immigrate; infatti, la correlazione tra le due variabili non è risultata significativa ( $t=.66, p=.51$ ).

L'effetto della variabile dummy individualizzante sulla variabile IAT non è risultato significativo ( $t=-1.08, p=.28$ ), così come l'effetto della variabile dummy vincolante sull'atteggiamento implicito ( $t=.16, p=.88$ ).

L'effetto di interazione tra la variabile dummy individualizzante e l'orientamento politico, economico e sociale sull'atteggiamento implicito verso le persone immigrate non è risultato significativo ( $t=.71, p=.48$ ), così come l'effetto di interazione tra la variabile dummy vincolante e l'orientamento politico, economico e sociale sull'atteggiamento implicito verso le persone immigrate ( $t=-.56, p=.58$ ). Ciò sta ad indicare che i messaggi morali individualizzanti e vincolanti non sembrano avere alcun effetto sull'atteggiamento implicito verso le persone immigrate, così come i livelli di orientamento politico, sociale ed economico.

La statistica F non è risultata significativa ( $F(5,187) = .66, p = .65$ ) quindi il coefficiente di determinazione ( $R^2 = -.01$ ) nella popolazione non è significativamente diverso da 0 e il modello ipotizzato non è adeguato a prevedere l'atteggiamento implicito verso le persone immigrate.



**Figura 10: Relazione tra Orientamento politico e Atteggiamento implicito verso gli immigrati nelle due condizioni sperimentali (frame individualizzante e frame vincolante) e nel gruppo di controllo**

La seconda analisi di regressione multipla è stata realizzata considerando la relazione tra l'autoritarismo di destra e l'atteggiamento implicito verso le persone immigrate, nei tre gruppi di partecipanti.

I risultati di questa analisi sono presentati nella tabella seguente:

|                             | Estimate | SE  | <i>t</i> | <i>p</i> |
|-----------------------------|----------|-----|----------|----------|
| Dummy individualizzanti     | -.21     | .23 | -.92     | .36      |
| Dummy vincolanti            | -.02     | .20 | -.11     | .91      |
| RWA                         | .05      | .07 | .82      | .41      |
| Dummy individualizzanti*RWA | .07      | .10 | .72      | .47      |
| Dummy vincolanti*RWA        | -.004    | .09 | -.05     | .96      |

Adjusted R-squared: -.002,  $F(5,187) = .94$ ,  $p = .46$

La correlazione tra l'autoritarismo di destra e l'atteggiamento implicito verso le persone immigrate non è risultata significativa ( $t=.82$ ,  $p=.41$ ): elevati livelli di sottomissione all'autorità, di aggressività autoritaria diretta verso l'outgroup e di

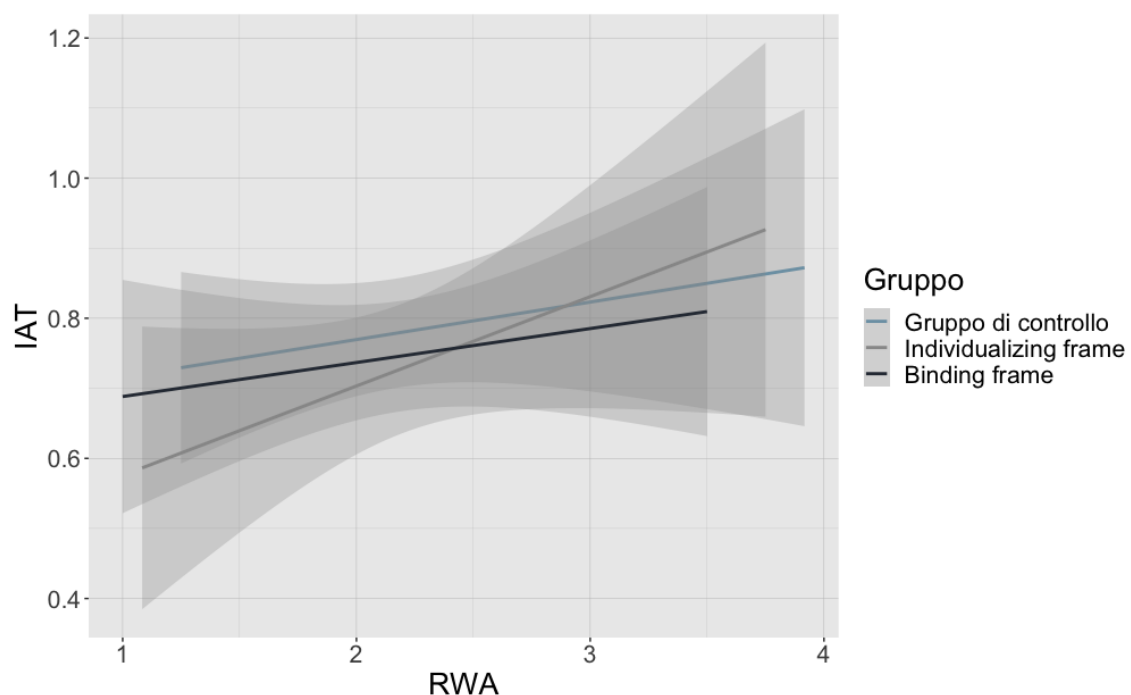
convenzionalismo non sembrano essere in grado di prevedere l'atteggiamento implicito verso gli immigrati.

L'effetto della variabile dummy individualizzante sull'atteggiamento implicito verso le persone immigrate non è risultato significativo ( $t=-.92$ ,  $p=.36$ ), così come l'effetto della variabile dummy vincolante sull'atteggiamento implicito verso gli immigrati ( $t=-.11$ ,  $p=.91$ ).

L'effetto di interazione tra la variabile dummy individualizzate e l'autoritarismo di destra sulla variabile IAT non è risultato significativo ( $t=.72$ ,  $p=.47$ ). Nemmeno l'effetto di interazione tra la variabile dummy vincolante e l'autoritarismo di destra sulla variabile IAT è risultato significativo ( $t=-.05$ ,  $p=.96$ ).

I messaggi morali individualizzanti e vincolanti non sembrano influenzare l'atteggiamento implicito verso le persone immigrate, così come i livelli di autoritarismo di destra.

La statistica F non è risultata significativa ( $F(5,187) = .94$ ,  $p = .46$ ) quindi il coefficiente di determinazione ( $R^2 = -.002$ ) nella popolazione non è significativamente diverso da 0 e il modello ipotizzato non è adeguato a prevedere le conseguenze temute dall'immigrazione.



**Figura 11: Relazione tra Autoritarismo di destra e Atteggiamento implicito verso gli immigrati nelle due condizioni sperimentali (frame individualizzante e frame vincolante) e nel gruppo di controllo**

La terza analisi di regressione multipla è stata realizzata considerando la relazione tra l'Orientamento alla Dominanza Sociale e l'atteggiamento implicito verso le persone immigrate, nei tre gruppi di partecipanti.

I risultati di questa analisi sono presentati nella tabella seguente:

|                              | Estimate | SE  | <i>t</i> | <i>p</i> |
|------------------------------|----------|-----|----------|----------|
| Dummy individualizzanti      | .19      | .19 | 1.02     | .31      |
| Dummy vincolanti             | .22      | .17 | 1.28     | .20      |
| SDO                          | .09      | .07 | 1.32     | .19      |
| Dummy individualizzanti* SDO | -.14     | .10 | -1.37    | .17      |
| Dummy vincolanti* SDO        | -.15     | .10 | -1.55    | .12      |

Adjusted R-squared: -.01,  $F(5,1847) = .76, p = .59$

La correlazione tra l'Orientamento alla Dominanza Sociale e l'atteggiamento implicito verso le persone immigrate non è risultata significativa ( $t=1.32, p=.19$ ): l'elevata predisposizione al pregiudizio e al rifiuto di qualsiasi ideologia basata sull'uguaglianza non sembra essere in grado di prevedere l'atteggiamento implicito verso gli immigrati.

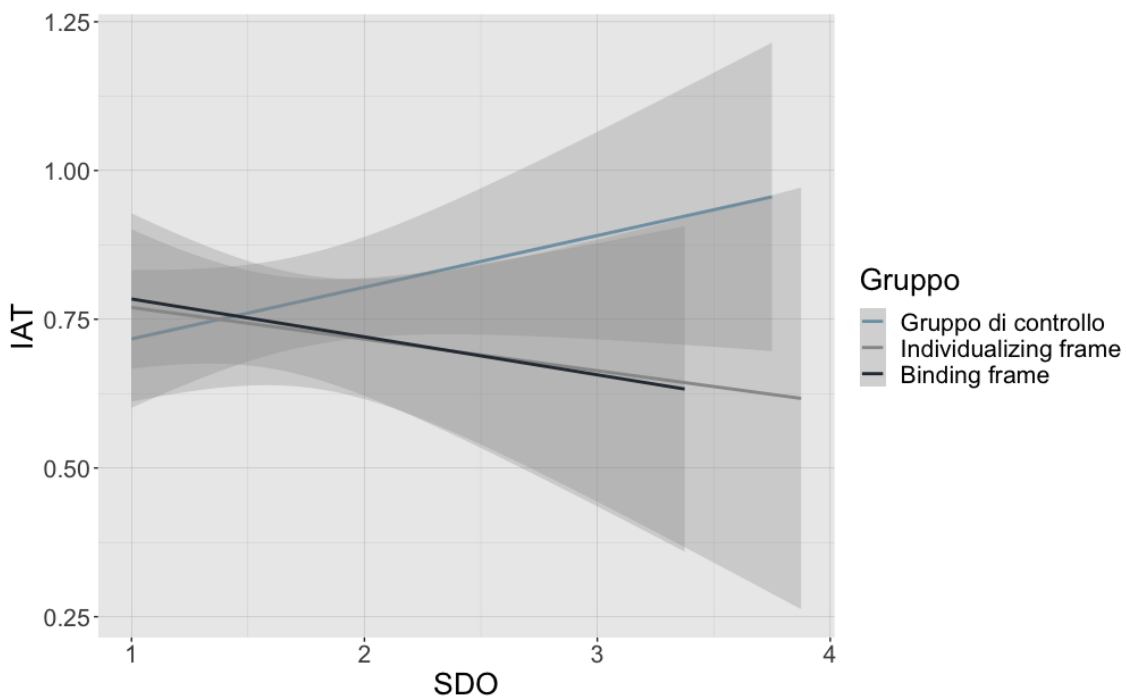
L'effetto della variabile dummy individualizzante sull'atteggiamento implicito verso le persone immigrate non è risultato significativo ( $t=1.02, p=.31$ ), così come l'effetto della variabile dummy vincolante sull'atteggiamento implicito verso gli immigrati ( $t=1.28, p=.20$ ).

L'effetto di interazione tra la variabile dummy individualizzate e l'orientamento alla dominanza sociale sulla variabile IAT non è risultato significativo ( $t=-1.37, p=.17$ ) e nemmeno l'effetto di interazione tra la variabile dummy vincolante e l'orientamento alla dominanza sociale sulla variabile IAT ( $t=-1.55, p=.12$ ).

I messaggi morali individualizzanti e vincolanti non sembrano influenzare l'atteggiamento implicito verso le persone immigrate, così come i livelli di orientamento alla dominanza sociale.

La statistica F non è risultata significativa ( $F(5,1847) = .76, p = .59$ ) quindi il coefficiente di determinazione ( $R^2 = -.01$ ) nella popolazione non è

significativamente diverso da 0 e il modello ipotizzato non è adeguato a prevedere le conseguenze temute dall'immigrazione.



**Figura 12: Relazione tra Orientamento alla dominanza sociale e Atteggiamento implicito verso gli immigrati nelle due condizioni sperimentali (frame individualizzante e frame vincolante) e nel gruppo di controllo**

### 4.3 Conclusioni

Da questa ricerca è emerso che coloro che presentano comportamenti di sottomissione all'autorità, convenzionalismo e aggressività autoritaria (autoritarismo di destra), una predisposizione al pregiudizio e al rifiuto di qualsiasi ideologia basata sull'uguaglianza (orientamento alla dominanza sociale) e/o lealtà e patriottismo verso il proprio gruppo (ingroup), hanno maggiore probabilità di possedere un orientamento politico, economico e sociale vicino alle ideologie di destra.

Allo stesso tempo, chi possiede un elevato autoritarismo, ha maggiore probabilità di presentare un elevato orientamento alla dominanza sociale ed elevati livelli di patriottismo e atteggiamenti di lealtà e difesa verso il proprio ingroup. Nei soggetti in cui viene rilevata un'elevata propensione alla dominanza sociale viene osservata una minore disposizione alla cura e al farsi carico di vulnerabili e bisognosi, rispetto a chi possiede bassi livelli di dominanza sociale e, sempre con la stessa probabilità, nei soggetti con atteggiamenti di cura verso bisognosi e

vulnerabili viene rilevato un elevato senso di patriottismo e atteggiamenti di lealtà verso il proprio ingroup.

Nei soggetti che percepiscono il proprio status socio-economico superiore rispetto a quello della famiglia italiana media ritroviamo un elevato orientamento alla dominanza sociale.

Con il presente studio si è cercato di rilevare da cosa viene influenzato l'atteggiamento esplicito e implicito verso gli immigrati, le conseguenze temute dall'immigrazione, a livello personale, nazionale e mondiale e la preferenza per un leader di un determinato orientamento politico.

Dai risultati emersi si è potuto osservare che a seconda dell'orientamento politico, economico e sociale, dei livelli di autoritarismo di destra e dei livelli di orientamento alla dominanza sociale, si rileva un diverso atteggiamento esplicito verso l'immigrazione, una diversa preferenza per i leader di un determinato orientamento politico e una diversa percezione delle conseguenze dovute all'immigrazione.

Un atteggiamento esplicito di rifiuto verso gli immigrati è stato rilevato in quei soggetti che presentavano un orientamento politico, economico e sociale verso destra, elevati livelli di sottomissione all'autorità, di convenzionalismo e una elevata predisposizione al pregiudizio e al rifiuto di qualsiasi ideologia basata sull'uguaglianza. Allo stesso tempo, chi possiede queste caratteristiche ha maggiore probabilità di preferire un leader conservatore e di temere maggiori conseguenze negative dovute all'immigrazione.

Al contrario, chi possiede un orientamento politico, economico e sociale verso sinistra, bassi livelli di autoritarismo e una bassa predisposizione al pregiudizio e alle ideologie basate sull'uguaglianza, ha una minore probabilità di presentare un atteggiamento esplicito di rifiuto verso l'immigrazione, preferirà un leader liberale e non temerà o temerà in minor misura conseguenze negative dovute all'immigrazione.

L'atteggiamento implicito verso gli immigrati non sembra, invece, essere influenzato dall'orientamento, dai livelli di autoritarismo di destra e dall'orientamento alla dominanza sociale.

Si è cercato di osservare se messaggi morali relativi al fenomeno immigrazione, inquadrati in una cornice individualizzante, che mette in evidenza i valori morali dell'equità e della cura verso i bisognosi, oppure in una cornice vincolante, che pone attenzione ai valori morali dell'autorità, della lealtà e della purezza, possano influenzare le opinioni e gli atteggiamenti di liberali e conservatori in modo differente.

Dai risultati è emerso che i soggetti con un orientamento di destra vengono influenzati dai messaggi morali individualizzanti e vincolanti in ugual misura, presentando un minor atteggiamento esplicito di rifiuto verso gli immigrati, rispetto a quando non vengono sottoposti ad alcun messaggio morale. Al contrario, coloro che presentano un orientamento di sinistra non vengono influenzati dai messaggi morali nel loro atteggiamento esplicito verso gli immigrati. Anche i soggetti che presentano un elevato autoritarismo di destra vengono influenzati nel loro atteggiamento esplicito, in particolare quando vengono in contatto con messaggi morali vincolanti piuttosto che individualizzanti. Gli stessi messaggi vincolanti possono influenzare i soggetti nel loro comportamento, indipendentemente dai livelli di autoritarismo. Tuttavia, i soggetti che presentano bassi livelli di questa variabile non vengono influenzati nel loro atteggiamento verso gli immigrati quando vengono sottoposti a questi messaggi morali.

L'atteggiamento di rifiuto diminuisce anche nei soggetti che presentano un elevato orientamento alla dominanza sociale, quando vengono in contatto con messaggi morali vincolanti.

Un frame individualizzante o vincolante non va ad incidere in generale sulla preferenza per un determinato leader politico.

I messaggi morali vincolanti possono, però, diminuire la preferenza per un leader politico di destra in quei soggetti che presentano un elevato autoritarismo, al contrario dei messaggi morali individualizzanti che non producono cambiamenti nelle preferenze per un leader di una determinata ideologia politica.

I messaggi morali vincolanti e individualizzanti possono influenzare le conseguenze temute dall'immigrazione, a seconda dell'orientamento politico, economico e sociale: i conservatori quando vengono in contatto con messaggi

morali, sia individualizzanti, sia vincolanti, temono meno conseguenze a livello personale, economico e mondiale, dovute all'immigrazione, rispetto a quando non vengono in contatto con messaggi morali in cui sono valorizzati i valori di equità, cura, autorità, lealtà e purezza. Mentre soggetti di orientamento politico di sinistra, quando vengono in contatto con questi messaggi morali, non si differenziano molto nel temere conseguenze dovute all'immigrazione, rispetto a quando non vengono in contatto con questi frame.

Non sono stati ritrovati risultati significativi per quanto riguarda l'influenza dei messaggi vincolanti e individualizzanti sulle conseguenze temute dall'immigrazione nei soggetti che presentano un alto o un basso autoritarismo di destra.

I soggetti con un elevato orientamento alla dominanza sociale, quando vengono in contatto con messaggi morali vincolanti, percepiscono meno conseguenze a livello personale, economico e mondiale, dovute all'immigrazione; questo non avviene quando vengono in contatto con messaggi morali individualizzanti.

Per quanto riguarda l'influenza dei messaggi morali vincolanti e individualizzanti sull'atteggiamento implicito verso l'immigrazione, nessun modello ipotizzato è risultato adeguato a prevedere delle differenze, indipendentemente dall'orientamento politico, dai livelli di autoritarismo e dall'orientamento alla dominanza sociale dei soggetti.



# **CAPITOLO 5: I MESSAGGI MORALI POSSONO, ALLORA, MODIFICARE LA PERCEZIONE DEL FENOMENO IMMIGRAZIONE A SECONDA DELL'IDEOLOGIA POLITICA?**

## **5.1 Discussione dei risultati**

Con questo studio si è potuto rilevare che persone con un orientamento politico, economico e sociale di destra presentano elevati livelli di autoritarismo (sottomissione all'autorità, aggressività autoritaria verso coloro che deviano socialmente, adesione alle norme e alle tradizioni), di dominanza sociale (pregiudizio, rifiuto delle ideologie basate sull'uguaglianza), patriottismo e lealtà verso il proprio gruppo.

Come detto all'inizio di questo capitolo, la presente ricerca aveva lo scopo di verificare se messaggi morali vincolanti e individualizzanti potessero influenzare gli atteggiamenti e le opinioni dei conservatori e dei liberali rispetto all'immigrazione e, quindi, se la tecnica della riformulazione morale potesse essere usata per persuadere la popolazione italiana a cambiare il proprio atteggiamento verso gli immigrati.

Si è potuto rilevare che i conservatori hanno maggiori probabilità di preferire un leader politico di destra, di temere maggiori conseguenze negative dovute all'immigrazione e di avere un atteggiamento di rifiuto verso gli immigrati; al contrario, i liberali hanno maggiori probabilità di preferire un leader di sinistra, di temere meno conseguenze per l'immigrazione e di non avere atteggiamenti negativi nei confronti degli immigrati.

La diffusione di messaggi morali vincolanti, che trattano il fenomeno dell'immigrazione mettendo in evidenza i valori morali di autorità, lealtà e purezza, possono diminuire gli atteggiamenti di rifiuto verso gli immigrati e le conseguenze temute dall'immigrazione nei conservatori e in coloro che presentano autoritarismo e orientamento alla dominanza sociale (tratti associati ai conservatori). In alcuni casi anche i messaggi individualizzanti, che trattano l'immigrazione sottolineando i valori di equità e cura (valori sostenuti fortemente

dai liberali) possono influenzare la visione e l'atteggiamento dei conservatori rispetto agli immigrati. Questo può essere dovuto al fatto che i conservatori, soprattutto quelli più forti, considerano le preoccupazioni e i valori di entrambi i fondamenti di egual importanza (Graham, Haidt & Nosek, 2009).

La preferenza per il leader politico sembra invece essere influenzata solamente dai messaggi morali vincolanti nei soggetti che presentano elevati livelli di autoritarismo di destra e non nei soggetti che presentano un orientamento di destra e una tendenza alla dominanza sociale: questo può essere dovuto al fatto che chi si identifica nelle ideologie di destra tenderà a preferire un leader di destra, così come chi possiede un orientamento di sinistra tenderà a preferire un leader di sinistra, perché, probabilmente, credono che queste autorità sostengano i valori in cui si identificano.

La visione di messaggi morali vincolanti o individualizzanti sull'immigrazione non ha influenzato i liberali rispetto al loro atteggiamento esplicito verso gli immigrati, alle conseguenze che si aspettano dall'immigrazione e alla preferenza per un certo leader politico. Questo può essere dovuto al fatto che i liberali differenziano nettamente i fondamenti individualizzanti e vincolanti e sono maggiormente inclini a trasgredire i fondamenti vincolanti, rifiutandosi di contrastare quelli individualizzanti, nei quali credono maggiormente (Graham, Haidt & Nosek, 2009); per questo motivo non sono stati persuasi dai messaggi morali vincolanti. Soprattutto, i liberali presentano già atteggiamenti ampiamente positivi verso l'immigrazione e quindi il margine per produrre un ulteriore miglioramento degli stessi è minimo: ciò spiega la mancanza di effetti delle manipolazioni.

In conclusione, possiamo affermare che, con quasi il 10% della popolazione presente in Italia composta da immigrati, sapere qual è l'atteggiamento della popolazione nei confronti dell'immigrazione risulta essere una questione importante di salute pubblica; un'utile misura di questo è il NATIS, la quale misura gli atteggiamenti negativi nei confronti degli immigrati (Varela et al., 2013). Insieme a questa misurazione e ad altre effettuate nel presente studio, abbiamo potuto constatare che per poter diminuire gli atteggiamenti negativi verso gli immigrati e le conseguenze temute dall'immigrazione, così come la preferenza

per un determinato leader politico, è fondamentale porre attenzione a come vengono inquadrati i messaggi morali diffusi dai media e dai politici stessi.

A seconda dei valori morali che vengono resi rilevanti in un messaggio, è possibile rendere la popolazione maggiormente favorevole all'immigrazione e diminuire potenzialmente i casi di discriminazione, così da garantire gli stessi diritti a tutti gli esseri umani.

Anche se può risultare difficile parlare di un argomento, come l'immigrazione, inquadrandolo in valori in cui non si crede, la tecnica della riformulazione morale può essere un buon metodo persuasivo per migliorare le opinioni e gli atteggiamenti della popolazione, finché non viene utilizzato per scopi personali.

## **5.2 Limiti dello studio e possibili ricerche future**

### **5.2.1 Limiti dello studio**

Nel considerare i risultati di questo studio è necessario tenere presente alcuni limiti. Il campione analizzato non è così vasto, oltre ad essere di prevalenza femminile. Inoltre, l'età media dei partecipanti è di 30 anni ed esclude così la fascia più anziana della popolazione. Il campione è stato suddiviso in tre gruppi (un gruppo per la condizione di controllo e due gruppi per le due condizioni sperimentali): in questo modo ogni condizione è stata studiata tramite un campione di circa 65 partecipanti estratti casualmente, così da non garantire, anche, una distribuzione equa di liberali e conservatori in ogni gruppo analizzato. A causa delle caratteristiche del campione studiato non è, allora, possibile assicurare la generalizzabilità dei risultati.

Un secondo limite di questo studio è che il questionario utilizzato per la raccolta dei dati è stato diffuso online per permettere una compilazione in autonomia; in questo modo non si è potuto controllare le condizioni di svolgimento: non si è certi che i partecipanti abbiano compilato il questionario da soli, in condizioni che garantiscano la piena concentrazione e ponendo attenzione nel rispondere alle

domande, anche se sono stati somministrati degli item per verificare l'attenzione del soggetto.

Un terzo limite riguarda l'aver utilizzato un solo item per rilevare la preferenza per il leader politico, rendendo così i risultati rispetto a questa variabile non molto attendibili.

Per finire, un ultimo limite riguarda la variabile IAT: i modelli utilizzati non sono risultati adatti a prevedere l'atteggiamento implicito verso le persone immigrate, probabilmente per le condizioni di svolgimento del questionario che potrebbero aver falsato i dati raccolti.

Nonostante questi limiti, i risultati rilevati rispecchiano quelli ritrovati in altri studi condotti negli Stati Uniti, citati nei capitoli precedenti: questo potrebbe dare valore agli esiti rilevati con il presente studio, i quali potrebbero essere oggetto di approfondimento nelle future ricerche.

### **5.2.2 Possibili ricerche future**

Nella letteratura italiana non sono presenti studi che hanno cercato di rilevare gli effetti sulla popolazione italiana del diverso inquadramento morale delle argomentazioni relative all'immigrazione. Questo studio potrebbe essere, allora, un punto di partenza per la realizzazione di ulteriori studi su questo tema.

Nelle ricerche condotte negli Stati Uniti sono stati rilevati risultati discordanti: in alcune sono stati ritrovati degli effetti diversi sull'atteggiamento dei cittadini americani a seconda della loro ideologia politica, mentre in altri studi sono stati ritrovati degli effetti generalizzati di influenza sulle opinioni e sui comportamenti della popolazione, rispetto all'inquadramento morale delle argomentazioni, indipendentemente dal loro orientamento politico.

Anche nel presente studio, i conservatori venivano influenzati nel loro atteggiamento alcune volte sia dai messaggi morali vincolanti sia da quelli individualizzanti, mentre altre volte venivano persuasi solo dai messaggi morali inquadrati nei valori della loro ideologia.

Nelle future ricerche si potrebbe, allora, verificare se i messaggi morali vincolanti e individualizzanti influenzano in maniera diversa conservatori e liberali oppure se entrambi possono persuadere le loro opinioni e atteggiamenti.

In questo studio non sono stati trovati risultati attendibili sugli effetti dell'inquadramento dei messaggi morali nel cambiare l'atteggiamento implicito verso l'immigrazione: ulteriori studi potrebbero, allora, verificare se, non solo l'atteggiamento esplicito verso gli immigrati possa essere influenzato dalla tecnica della riformulazione morale, ma anche quello implicito.

In questa ricerca non si è rilevato alcun effetto di influenza sui liberali: la ricerca futura potrebbe verificare se effettivamente i liberali non vengono influenzati dai messaggi morali nel loro atteggiamento verso gli immigrati, nelle loro opinioni rispetto alle conseguenze derivanti dall'immigrazione e nella preferenza per un leader.

Per finire, in questo studio si è cercato di rilevare se la tecnica della riformulazione morale potesse funzionare rispetto alla visione dell'immigrazione: ulteriori ricerche potrebbero trattare altre argomentazioni, come, ad esempio, l'effetto *moral framing* sul cambiamento climatico, sulle opinioni rispetto al matrimonio tra persone dello stesso sesso e sulle azioni di volontariato e di donazione.

## BIBLIOGRAFIA

- Allen, W. (2016). *A decade of immigration in the British press*. Migration Observatory report. COMPAS: University of Oxford.
- Altemeyer, B. (1988). *Enemies of freedom: Understanding right-wing authoritarianism*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Bloemraad, I., Silva, F., & Voss, K. (2016). Rights, Economics, or Family? Frame Resonance, Political Ideology, and the Immigrant Rights Movement. *Social Forces*, 94 (4), 1647-1674.
- Bobbio, A., Nencini, A., & Sarrica, M. (2011). Questionario Il Moral Foundation: Analisi della struttura fattoriale della versione Italiana [The Moral Foundation Questionnaire. Struttura fattoriale della versione italiana]. *Giornale di Psicologia*, 5 (1-2), 7–18.
- Boomgaarden, H. G., & Vliegenthart, R. (2009). How news content influences anti-immigration attitudes: Germany, 1993–2005. *European Journal of Political Research*, 48(4), 516–542.
- Burscher, B., van Spanje, J., & de Vreese, C. H. (2015). Owing the issues of crime and immigration: The relation between immigration and crime news and anti-immigrant voting in 11 countries. *Electoral Studies*, 38, 59–69.
- Censis, “Come ci si informa oggi, tra vecchi media e dispositivi digitali”, 16° *Rapporto Censis sulla comunicazione: I media e la costruzione dell'identità*, Milano, FrancoAngeli, 2020.  
<https://www.censis.it/comunicazione/come-ci-si-informa-oggi-tra-vecchi-media-e-dispositivi-digitali>
- Day, M. V., Fiske, S. T., Downing, E. L. & Trail, T. E. (2014). Shifting Liberal and Conservative Attitudes Using Moral Foundations Theory. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40 (12), 1559–1573.
- European Commission, Directorate-General for Migration and Home Affairs, (2022). *Integration of immigrants in the European Union*. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2837/672792>
- Feinberg, M. & Willer, R. (2013). The Moral Roots of Environmental Attitudes. *Psychological Science*, 24(1), 56–62.

- Feinberg, M. & Willer, R. (2015). From Gulf to Bridge: When Do Moral Arguments Facilitate Political Influence? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41(12), 1665–1681.
- Feinberg, M. & Willer, R. (2019). Moral reframing: A technique for effective and persuasive communication across political divides. *Social and Personality Psychology Compass*, 13 (12), 1-12.
- Fondazione ISMU (2022). *XXVII Rapporto sulle migrazioni 2021*. Comunicato stampa 11.2.2022. <https://www.ismu.org/xxvii-rapporto-sulle-migrazioni-2021-comunicato-stampa-11-2-2022/>
- Funke, F. (2005). The dimensionality of right-wing authoritarianism: Lessons from the dilemma between theory and measurement. *Political Psychology*, 26, 195-218.
- Garusi, D., Alonso, M. O. & Splendore, S. (2022). Oggettivamente di parte. Il giornalismo sull'immigrazione come istituzione discorsiva. *Problemi dell'informazione*, 1, 63-91.
- Graham, J., Haidt, J., & Nosek, B. A. (2009). Liberals and conservatives rely on different sets of moral foundations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96, 1029–1046.
- Greenwald, A.G., McGhee, D.E. e Schwartz, J.K.L. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The Implicit Association Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1464-1480.
- Harteveld, E., Schaper, J., De Lange, S. L., & Van Der Brug, W. (2018). Blaming Brussels? The impact of (news about) the refugee crisis on attitudes towards the EU and national politics. *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 56(1), 157–177.
- Herda, D. (2010). How Many Immigrants? Foreign-Born Population Innumeracy in Europe. *Public Opinion Quarterly*, 74 (4), 674–695.
- Hopkins, D. J., Sides, J. & Citrin, J. (2019). The muted consequences of correct information about immigration. *Journal of Politics*, 81 (1),315–320.
- Igartua, J.-J., & Cheng, L. (2009). Moderating effect of group cue while processing news on immigration: Is the framing effect a heuristic process? *Journal of Communication*, 59(4), 726–749.

- ISTAT, 2022. Popolazione residente al 1° gennaio, Roma. [http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS\\_POPRES1#](http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_POPRES1#)
- ISTAT, 2018. L'evoluzione demografica dell'Italia, Roma. <https://www.istat.it/it/files/2019/01/evoluzione-demografica-1861-2018-testo.pdf>
- ISTAT, 2022. Popolazione e società, stranieri. noiitalia2022, Roma. <https://noi-italia.istat.it/pagina.php?L=0&categoria=4&dove=ITALIA>
- Jørgensen, F., & Osmundsen, M. (2022). Correcting Citizens' Misperceptions about non-Western Immigrants: Corrective Information, Interpretations, and Policy Opinions. *Journal of Experimental Political Science*, 9(1), 64-73.
- Kidwell, B., Farmer, A., & Hardesty, D. (2013). Getting liberals and conservatives to go green: Political ideology and congruent appeals. *Journal of Consumer Research*, 40(2), 350–367.
- Lee, Y., Yoon, S., Lee, Y. W., & Royne, M. B. (2018). How liberals and conservatives respond to equality-based and proportionality-based rewards in charity advertising. *Journal of Public Policy & Marketing*, 37(1), 108–118.
- Maneri, M. (2019). «Vengono qui per delinquere»: logiche e cicli di criminalizzazione dell'immigrazione. *La Rivista delle Politiche Sociali / Italian Journal of Social Policy*, 2, 63-84.
- McAdams, D. P., Albaugh, M., Farber, E., Daniels, J., Logan, R. L., & Olson, B. (2008). Family metaphors and moral intuitions: How conservatives and liberals narrate their lives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95, 978-990.
- Mobayed, T., & Sanders, J. G. (2022). Moral Foundational Framing and Its Impact on Attitudes and Behaviours. *Behavioral Sciences*, 12(5), 118.
- Nath, L., Pedriana, N., Gifford, C., McAuley, J., & Fulop, M. (2022). Examining Moral Foundations Theory through Immigration Attitudes. *Athens Journal of Social Sciences*, 9(1), 9-30.



- Nilsson, A., Erlandsson, A. & Västfjäll, D. (2020). Moral Foundations Theory and the Psychology of Charitable Giving. *European Journal of Personality*, 34 (3), 431-447.
- Roccatò, M., Mirisola, A. & Chirumbolo, A. (2009). The empirical assessment of right-wing authoritarianism: A contribution for developing an Italian version of Funke's (2005) scale. *Psicologia Sociale*, 4, 157-173.
- Sanfilippo, M. (2011). Cronologia e storia dell'emigrazione italiana. *Studi Emigrazione/Migration Studies*, 183, 357-369.
- Schemer, C. (2012). The influence of news media on stereotypic attitudes toward immigrants in a political campaign. *Journal of Communication*, 62(5), 739–757.
- Schemer, C. (2014). Media effects on racial attitudes: Evidence from a three-wave panel survey in a political campaign. *International Journal of Public Opinion Research*, 26(4), 531–542.
- Schlueter, E., & Davidov, E. (2013). Contextual sources of perceived group threat: Negative immigration-related news reports, immigrant group size and their interaction, Spain 1996–2007. *European Sociological Review*, 29(2), 179–191.
- Sidanius, J. & Pratto, F. (1999). Social dominance: An intergroup theory of social hierarchy and oppression. *New York: Cambridge University Press*.
- Skitka, L. J., Bauman, C. W., & Sargis, E. G. (2005). Moral conviction: Another contributor to attitude strength or something more? *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(6), 895–917.
- Skitka, L. J., & Bauman, C. W. (2008). Moral conviction and political engagement. *Political Psychology*, 29, 29-54.
- Valbruzzi, M. (2018). L'immigrazione in Italia tra realtà, retorica e percezione. *Il Mulino*, 5, 789-795.
- van der Linden, M., & Jacobs, L. (2016). The impact of cultural, economic, and safety issues in Flemish television news coverage (2003–13) of North African immigrants on perceptions of intergroup threat. *Ethnic and Racial Studies*, 71(4), 1–19.

- Varela, J. G., Gonzalez, E., Jr., Clark, J. W., Cramer, R. J., & Crosby, J. W. (2013). Development and preliminary validation of the Negative Attitude Toward Immigrants Scale. *Journal of Latina/o Psychology*, 1(3), 155–170.
- Voelkel, J. G., Malik, M., Redekopp, C. & Willer, R. (2022). Changing Americans' Attitudes about Immigration: Using Moral Framing to Bolster Factual Arguments. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 700(1), 73-85.
- Wardekker, A., Petersen, A. C., & van der Sluijs, J. P. (2008). Religious positions on climate change and climate policy in the United States. In A. Carvalho (Ed.), *Communicating climate change: Discourses, mediations, and perceptions* (pp. 53–72). Braga, Portugal: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho.
- 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.