

Nicola Diviani | Prof. Dr. Peter J. Schulz

PsychImage: l'immagine pubblica di psicologi e psicoterapeuti in Ticino.

Rapporto finale

Lugano, ottobre 2010

Su mandato dell'Associazione Ticinese Psicologi e Psicoterapeuti



PsychImage: l'immagine pubblica di psicologi e psicoterapeuti in Ticino

Riassunto dei principali risultati della ricerca

All'inizio del 2009 l'Associazione Ticinese Psicologi e Psicoterapeuti (ATPP) ha incaricato l'Institute of Communication and Health dell'Università della Svizzera italiana di svolgere uno studio sull'immagine pubblica di psicologi e psicoterapeuti in Ticino. L'esigenza di questo studio nasce dalla percezione di un atteggiamento contrastante della popolazione nei confronti della psicologia in generale, e degli psicologi e psicoterapeuti in particolare, accompagnato dalla mancanza di una conoscenza approfondita delle professioni in questione. Questa percezione è confermata da studi scientifici svolti in questo campo in altri contesti nazionali, i quali hanno evidenziato che sebbene da un lato le professioni psicologiche suscitino interesse e rispetto, dall'altro sono oggetto di svalutazione (vedi ad esempio Sydow, 2007). Altri studi hanno dimostrato inoltre che manca una conoscenza approfondita ad esempio delle terapie, degli ambiti di intervento, delle competenze o del percorso formativo (Coleman 1995; Sander 1998; Habermas & Voracek 2004).

Il sondaggio sulla popolazione ticinese si è svolto nei mesi ottobre e novembre 2009 e ha coinvolto un campione di 639 persone residenti in Ticino che hanno risposto ad un questionario svolto faccia-a-faccia sulle loro percezioni e rappresentazioni della psicologia, della figura dello psicologo e dei suoi clienti, sui loro stereotipi e pregiudizi e, infine, sui possibili motivi per recarsi (o non recarsi) da uno psicologo. Il sondaggio interno all'ATPP si è svolto nella primavera del 2010 e ha coinvolto un campione di 94 membri dell'Associazione, i quali hanno risposto ad un questionario online contenente domande sulla loro percezione dell'immagine pubblica della loro professione, sugli aspetti da migliorare e sulle possibili fonti dell'immagine. Le domande sono state poste in modo da permettere il confronto con i dati emersi dal sondaggio sulla popolazione ticinese. Infine, nei mesi di settembre e ottobre 2010, sono stati realizzati 4 focus group con 16 professionisti attivi in diversi ambiti professionali (medici, avvocati, risorse umane, militari) per capire come la psicologia e la professione di psicologo/psicoterapeuta sono percepite all'interno dei rispettivi ambiti professionali e per individuare eventuali aspetti problematici.

I principali risultati tratti dall'analisi del sondaggio sulla popolazione, da quello interno all'ATPP e dai focus group sono i seguenti:

Sondaggio popolazione ticinese

1. Nel confronto con altre professioni, la figura dello psicologo non sembra godere di particolare prestigio all'interno della popolazione ticinese. In particolare gli psicologi (così come anche gli psichiatri) sembrano godere di un prestigio molto inferiore rispetto alle professioni che si occupano della salute fisica delle persone (infermieri, medici, ecc.). La figura dello psicologo gode di maggiore prestigio tra le donne e i giovani (16-25 anni).
2. I pregiudizi sulla psicologia e sugli psicologi/psicoterapeuti non sono molto diffusi all'interno della popolazione ticinese. Al contrario c'è un generale accordo sull'utilità della psicologia. I pregiudizi sono più diffusi tra gli uomini e le persone di più di 65 anni.
3. La popolazione ticinese ha una rappresentazione dello psicologo/psicoterapeuta e del trattamento psicologico sostanzialmente corretta. In particolare le immagini stereotipate dello psicologo/psicoterapeuta tipiche della fiction o l'attribuzione di poteri magici o paranormali agli psicologi/psicoterapeuti sono poco diffuse. Gli stereotipi e, di conseguenza, un'immagine non corretta della professione di psicologo/psicoterapeuta sono maggiormente diffusi tra le persone di più di 65 anni e tra quelle con un livello di formazione inferiore.
4. La popolazione ticinese ha una rappresentazione abbastanza corretta dei setting professionali in cui è possibile trovare psicologi e psicoterapeuti. Una rappresentazione meno corretta del setting professionale di psicologi e psicoterapeuti è più diffusa le persone di più di 65 anni e tra quelle con un livello di formazione inferiore.
5. La popolazione ticinese è più bendisposta nei confronti del trattamento psicologico quando se ne parla a livello generale che quando se ne parla in prima persona. Sia a livello generale che a livello personale, la popolazione ticinese è più disposta a considerare la possibilità di rivolgersi ad uno psicologo/psicoterapeuta in situazioni

comunemente ritenute più gravi e invalidanti (ad es. *tendenze suicide, gioco d'azzardo, tossicodipendenza o alcolismo*), mentre in caso di situazioni comunemente ritenute meno gravi (ad es. *sbalzi d'umore, stress o problemi di coppia*) si nota una maggiore reticenza. Sempre parlando sia a livello generale sia a livello personale, per la maggior parte delle situazioni le donne ritengono più opportuno degli uomini rivolgersi ad uno psicologo/psicoterapeuta, mentre quelle con una formazione inferiore e quelle di più di 65 lo ritengono meno opportuno.

6. La popolazione ticinese, con solo minime differenze tra i diversi gruppi, esprime solo una leggerissima preferenza per uno psicologo *donna, anziana, attiva, sensibile e informale*.

7. L'immagine di psicologi e psicoterapeuti nella popolazione ticinese è sostanzialmente positiva. Anche in questo caso le donne hanno un'immagine più positiva rispetto a quella degli uomini. Contrariamente a quanto visto per altri aspetti, le persone di più di 65 anni e quelle con una formazione inferiore hanno un'immagine più positiva degli psicologi/psicoterapeuti rispetto agli altri.

8. La popolazione ticinese ha una rappresentazione abbastanza ben definita e sostanzialmente corretta del cliente tipico dello psicologo/psicoterapeuta. È una *donna, giovane, benestante, istruita che vive in città*. Oltre a queste caratteristiche socio-demografiche, il cliente tipico dello psicologo è visto come una persona *timida, debole e disturbata*.

9. La popolazione ticinese è poco informata sulle professioni psicologiche. In particolare emerge una lacuna nella conoscenza del percorso formativo dello psicologo, e in particolare quello dello psicoterapeuta.

Sondaggio interno ATPP

10. Quando viene loro chiesto esplicitamente, i membri ATPP si dicono molto soddisfatti della loro scelta professionale. Le risposte ad alcune altre domande evidenziano un leggera insoddisfazione relativa ad alcuni aspetti della professione (ad es. il salario, la condivisione con i colleghi, ecc.).

11. I membri ATPP hanno una rappresentazione abbastanza corretta del prestigio di cui la professione di psicologo gode nella popolazione nel confronto con altre professioni.

12. I membri ATPP ritengono che sia necessario migliorare l'immagine pubblica delle professioni di psicologo e psicoterapeuta e in generale si dicono disposti ad investire tempo in questo.

13. I membri ATPP, in particolare le donne e i più giovani, hanno una rappresentazione non corretta della diffusione nella popolazione di pregiudizi e credenze su psicologi, psicoterapeuti e psicologia. In particolare essi credono che i pregiudizi negativi siano più diffusi di quanto lo sono in realtà, mentre credono che le credenze positive lo siano di meno.

14. I membri ATPP riconoscono il ruolo fondamentale giocato dai loro pazienti/utenti nella creazione di un'immagine positiva della professione di psicologo/psicoterapeuta. Al contrario, attori istituzionali quali ad esempio il sistema giudiziario o le casse malati, sono visti come la principale fonte dell'immagine negativa della professione.

Focus group

15. In generale gli esponenti delle altre professioni sembrano avere una concezione abbastanza corretta del disagio psicologico e del ruolo che psicologia, psicologi e psicoterapeuti possono giocare nella sua risoluzione.

16. In generale gli esponenti delle altre professioni sembrano ritenere che anche i disagi minori debbano essere presi a carico da uno specialista. Ciononostante spesso c'è la tendenza ad occuparsi in prima persona del disagio psichico del proprio cliente/paziente/utente e ad indirizzarlo da uno psicologo/psicoterapeuta solo quando la situazione diventa ingestibile.

17. Gli esponenti delle altre professioni evidenziano come sia difficile per loro orientarsi (e di conseguenza orientare i loro clienti/pazienti/utenti) nel mondo delle professioni psicologiche. Innanzitutto è difficile distinguere tra

Contenuti

1.	OGGETTO DELL'INDAGINE.....	8
2.	BASE DELL'INDAGINE.....	9
3.	RISULTATI.....	13
3.1	Sondaggio sulla popolazione ticinese.....	13
3.1.1	Prestigio delle professioni psicologiche: confronto con altre professioni.....	14
3.1.2	Pregiudizi sulla psicologia e sulla psicoterapia.....	16
3.1.3	Stereotipi sul trattamento psicologico e psicoterapeutico.....	18
3.1.4	Setting professionale di psicologi e psicoterapeuti.....	20
3.1.5	Motivi per sottoporsi a trattamento psicologico e psicoterapeutico.....	22
3.1.6	Lo psicologo ideale.....	27
3.1.7	L'immagine dello psicologo.....	29
3.1.8	I clienti degli psicologi e psicoterapeuti.....	31
3.1.9	Conoscenza dichiarativa sulle professioni psicologiche.....	33
3.2	Sondaggio interno ATPP.....	35
3.2.1	Soddisfazione per la professione.....	35
3.2.2	L'immagine percepita di psicologi e psicoterapeuti.....	38
3.2.2.1	L'immagine di psicologi/psicoterapeuti nel confronto con altre professioni.....	38
3.2.2.2	Percezione dell'immagine della professione.....	40
3.2.2.3	Percezione valore attribuito al trattamento psicologico.....	40
3.2.2.4	Necessità di migliorare l'immagine e di aumentare la visibilità della professione.....	41
3.2.2.5	Disponibilità ad investire tempo nel miglioramento dell'immagine.....	41
3.2.3	Caratteristiche e fonte dell'immagine di psicologi e psicoterapeuti.....	42
3.2.3.1	Caratteristiche importanti per l'immagine della professione.....	42
3.2.3.2	Descrizione ideale della professione.....	43
3.2.3.3	Percezione della diffusione di pregiudizi su psicologi e psicologia.....	46
3.2.3.4	Provenienza dell'immagine.....	48
3.2.4	Riconoscimento esterno, provenienza clienti e ostacoli percepiti.....	51
3.2.4.1	Riconoscimento da parte degli altri attori della società.....	51
3.2.4.2	Identikit dei clienti degli psicologi/psicoterapeuti.....	53
3.2.4.3	Provenienza clienti.....	54
3.2.4.4	Ostacoli percepiti.....	56
3.3	Focus group.....	58
3.3.1	Medici.....	59
3.3.1.1	Atteggiamento generale nei confronti di psicologi/psicoterapeuti e psicologia.....	59
3.3.1.2	Concezione del disagio psicologico.....	59
3.3.1.3	Proprio ruolo e ostacoli.....	59
3.3.1.4	Suggerimenti / consigli / punti di incontro.....	61
3.3.2	Avvocati.....	62
3.3.2.1	Atteggiamento generale nei confronti di psicologi/psicoterapeuti e psicologia.....	62
3.3.2.2	Concezione del disagio psicologico.....	62
3.3.2.3	Proprio ruolo e ostacoli.....	62
3.3.2.4	Suggerimenti / consigli / punti di incontro.....	63

3.3.3	Esercito, polizia, vigili del fuoco e protezione civile	64
3.3.3.1	Atteggiamento generale nei confronti di psicologi/psicoterapeuti e psicologia.....	64
3.3.3.2	Concezione del disagio psicologico	64
3.3.3.3	Proprio ruolo e ostacoli.....	64
3.3.3.4	Suggerimenti / consigli / punti di incontro.....	65
3.3.4	Responsabili risorse umane, assistenti sociali.....	66
3.3.4.1	Atteggiamento generale nei confronti di psicologi/psicoterapeuti e psicologia.....	66
3.3.4.2	Concezione del disagio psicologico	67
3.3.4.3	Proprio ruolo e ostacoli.....	67
3.3.4.4	Suggerimenti / consigli / punti di incontro.....	68
3.3.5	Conclusioni generali	68
4.	CONCLUSIONI	72
5.	LETTERATURA	76

5. Letteratura

Coleman DM (1995) Images of psychotherapists from feature films: 1945–1994. Diss Abstr Int (Section B) Sci Eng 56: 2858

Haberfellner EM, Voracek M (2004) Die Kompetenzen psychosozialer Professionen aus Patientensicht. Psychother Psychosom Med Psychol 54: 155–160

Sander DM (1998) Das Image der Diplom-Psychologinnen und Diplom-Psychologen in der Bundesrepublik. Rep Psychol 23: 437–442

Sydow von K (2007) Das Image von Psychologen, Psychotherapeuten und Psychiatern in der Öffentlichkeit. Ein systematischer Forschungsüberblick. Psychotherapeut 52: 322–333