

COMPETENZA PERCEPITA

E PROCESSI DI INFLUENZA SOCIALE

NELLE SCELTE DEGLI STUDENTI DELLE SCUOLE SECONDARIE DI SECONDO GRADO

Diego Bellini¹

1. Università degli Studi di Verona (Dip. Filosofia, Pedagogia, Psicologia)

Le scelte professionali si evolvono influenzate dall'ambiente sociale di appartenenza, il quale influisce sulle motivazioni personali attraverso processi di coesione, influenza sociale ed uniformità (Widmeyer, W.N., Carron, A.V. and Brawley, L.R. 1993).

§ La scuola è il contesto formativo di riferimento nel quale si sviluppa una maggiore consapevolezza delle proprie competenze, anche tramite il confronto con i pari.

§ Le motivazioni ed in particolare la volizione rappresentano la guida del comportamento.

§ La coesione e l'autostima nel gruppo, secondo il modello di Sonstroem (1982), sono considerate come misura del grado di attrazione e interazione sociale.

§ Il locus of control (Weiner, 1985) permette di comprendere se la scelta è influenzata dagli eventi esterni o se può essere considerata "personale".

Il ruolo della coesione e dell'autostima

Sonstroem, 1982.



Rapporto circolare tra attrazione all'attività svolta, attrazione verso il gruppo, sviluppo di abilità e competenza percepita. Alla conclusione del ciclo aumenta l'autostima percepita.

I processi volitivi:

Heckhausen, 1991



La volizione è il processo che consente di sostenere l'azione nel suo svolgersi e concludersi positivamente (Heckhausen, 1991).

Momento pre-decisionale (motivazione\scelta).

Momento post decisionale (volizione\realizzazione).

OBIETTIVI

Gli obiettivi della ricerca esplorativa sono tre :

- § 1) Verificare il modello di Sonstroem in ambito scolastico.
- § 2) Costruire un modello delle scelte che consideri le variabili descritte da Sonstroem: coesione, autostima, competenza percepita.
- § 3) Verificare in relazione alle variabili indicate, quali sono le scelte degli studenti e se queste sono condizionate da fattori esterni.

IPOTESI

H1 Si ipotizza all'aumentare della coesione nel gruppo (come misura del grado di influenza sociale) e dell'autostima, in riferimento al modello descritto da Sonstroem, una maggiore attrazione verso il gruppo classe, che porterebbe ad una percezione "irrealistica" della competenza percepita che condurrebbe a scelte professionali comuni, ambite dal gruppo, di alto profilo.

METODO/METODOLOGIA

La ricerca è stata realizzata su un campione composto da differenti scuole secondarie di secondo grado (dalla I alla V classe)

Campione

- 105 studenti delle cinque classi delle secondarie di II grado

Strumenti

- Questionario di coesione GEQ, Carron et al. (1985)
- Questionario sull'autostima (Marini, 2000)
- Questionario sul locus of control (Di Fabio, 1998)

Metodologia

- Somministrazione degli strumenti e richiesta di indicare quale professione vorrebbero svolgere a conclusione del percorso scolastico.
- Suddivisione degli studenti sulla base delle scelte professionali di alto, medio e basso profilo

Analisi

- Analisi della varianza – Analisi della correlazione.

RISULTATI

OB.1/2

Verifica del modello di Sonstroem

La correlazione parziale tra autostima e coesione in relazione al locus è stata confermata. $R=.214$ – $p=.30$ – $\alpha=.05$

La correlazione tra autostima e coesione ha evidenziato una relazione positiva. $R=.196$ – $p=.45$ – $\alpha=.05$

Nella II e IV classe il livello di coesione/autostima risulta maggiore, a seguire le classi terza e seconda.

Il locus interno è più elevato nelle classi quarte. L'analisi della varianza conferma tali differenze per $p<.05$

OB.2/3

Direzione della scelta

Il 90% degli studenti dichiara di voler svolgere professioni di alto profilo (libera professione)

DISCUSSIONE

Le scelte sono guidate dalle intenzioni (motivazione) e dal gruppo.

- La relazione tra coesione e autostima è stata confermata.
- Le classi II e IV sembrerebbero le classi di distacco dal gruppo.
- In tali classi risulterebbe importante supportare alle scelte. Quanto il gruppo influenza tali scelte?

Scelte ambiziose e concrete

- Gli studenti scelgono professioni ambite e questo, in relazione alle variabili studiate, confermerebbe il ruolo dell'influenza sociale nell'aumentare la competenza percepita, che condurrebbe a scelte irrealistiche non corrispondenti ai propri bisogni.

Limitazioni e future ricerche

Campione Ripetere la ricerca su un campione più ampio.

Cross-sectional Ripetere la ricerca tramite studi longitudinali.

Studiare il peso dell'influenza sociale tramite ulteriori Variabili (motivazioni).

Implicazioni

- Identificare la fase dove prevalgono le scelte personali.
- Stabilire il peso dei diversi fattori nella costruzione della scelta personale.

BIBLIOGRAFIA

- Heckhausen H. (1991), *Motivation and action*, Heidelberg Germany, Springer –Verlag.
- Weiner B. (1985), *An attributional theory of achievement motivation and emotion*, "Psychol. Rev." 92, pp.548-73.
- Weiner B. (1986), *An attributional theory of motivation and emotion*, New York, Springer.
- Weiner B. (1995), *Judgements of responsibility: a foundation for a theory of social conduct*, New York, Guilford press.
- Widmeyer, W. N., Carron, A. V., & Brawley, L. R. (1993). *Group cohesion in sport and exercise*. In R. Singer, M. Murphey, & L. K. Tennant (Eds.), *Handbook of research on sport psychology* (pp. 672-692). New York: Macmillan. Rivista.
- Sonstroem, R.J (1982), *Exercise in Self-esteem: Recommendations for Exository Research*, *Quest*, 33, 2, pp.124-39.