

## Percezione e valutazione dell'ambiente: uno studio empirico

**Giuseppe Cozzoli Poli**

Università di Bari

**Tiziana Lanciano**

Università di Bari

**Antonietta Curci**

Università di Padova

**Abstract:** Nell'ambito della psicologia applicata, si sta assistendo ad una nuova concezione di *turismo sostenibile* inteso come un turismo capace di coniugare la tutela dell'uomo e lo sviluppo armonico del territorio e dell'ambiente. Nel campo della psicologia del turismo, uno spazio rilevante è stato dedicato negli ultimi anni allo studio dell'influenza dell'ambiente sullo sviluppo della personalità, sul pensiero e sul comportamento. La ricerca si è interessata, in maniera differente, sia agli effetti dell'ambiente inteso come contesto sociale, culturale e relazionale in cui gli individui sono inseriti, sia agli effetti prodotti dall'ambiente naturale e dall'ambiente costruito artificialmente. Una lacuna significativa nell'ambito dell'analisi e del monitoraggio del rischio ambientale è rappresentata dallo studio della percezione dell'ambiente da parte dei protagonisti della sua salvaguardia. Obiettivo del presente studio è analizzare la percezione che gli operatori di un'azienda di smaltimento di rifiuti speciali hanno dell'ambiente, l'identificazione dei dipendenti con lo scopo dell'azienda (mission) e i comportamenti che gli stessi dipendenti adottano per la tutela dell'ambiente. Ci si attende che, ad un'alta identificazione con la visione dell'azienda, corrisponda un più alto coinvolgimento e contributo nella tutela e nella salvaguardia dell'ambiente da parte degli operatori dell'azienda. Vengono discusse le implicazioni concernenti l'impatto di una concezione di ambiente salvaguardato, protetto e sfruttato in maniera armonica sullo sviluppo di un turismo sostenibile. **Parole chiave:** psicologia del turismo, psicologia dell'ambiente, percezione dell'ambiente.

**Abstract:** In the field of applied psychology, a new conception of tourism has been developed, which considers, at the same time, the safeguard of both the human beings and the environment. With respect to the psychology of tourism, in the last years the study of the influence of the environment on individuals' personality, thoughts, and behaviors has played an important role. The environment has thus been considered either as a social, cultural, and relational context, either as a natural and artificial context (Leboyer, 1980). A significant limit of research on the analysis of environmental risks refers to the investigation of the environmental perception by individuals working in the environmental safeguard. The aim of the present study was to explore the environmental perception of a group of employees of a disposal waste company, their identification with the company mission, and their behaviour concerning the environmental safeguard. Employees with high levels of identification with the company mission were expected to be more involved and engaged in safeguard behaviours, than employees with a lower identification. Implications are discussed as regards the impact of a safeguarded and protected environment on tourism development. **Keyword:** tourism psychology, environmental psychology, environmental perception.

### **Dal turismo *economico* al turismo *psicologico*: una nuova chiave di lettura**

Negli ultimi anni il turismo è stato protagonista di una rilevante evoluzione fino a trasformarsi in un fenomeno sociale ed economico molto complesso, capace di avere positivi effetti sullo sviluppo socio-economico di un territorio ma anche conseguenze deleterie per quel che riguarda il rispetto delle identità locali e del territorio stesso. Si è assistito per lungo tempo a uno sviluppo rapido e incontrollato delle diverse mete turistiche, fino all'emergere di una nuova, più moderna idea di sviluppo turistico, che si integra con il processo di sviluppo della comunità locale ospitante e si radica sul concetto di comunità locale come soggetto attivo di sviluppo. Questa nuova concezione dello sviluppo turistico, che assume chiare connotazioni etiche e di sostenibilità, è il motore di un movimento importante che oggi si può osservare nella direzione di un turismo di qualità. All'origine di questo movimento vi è l'osservazione della natura ambivalente del fenomeno turistico che, da una parte, può essere fonte di conoscenza e di arricchimento personale per chi viaggia, dall'altra parte può produrre, se non gestito in maniera adeguata, effetti disastrosi sull'ambiente naturale, sull'economia locale e sulle caratteristiche sociali e culturali delle comunità ospitanti.

Anche nel turismo, come in ogni altra azione politica ed economica, diventa oggi sempre più urgente e indispensabile riuscire a ponderare accuratamente gli effetti delle azioni, in quanto tali effetti possono portare ad esiti disastrosi (anche di dimensioni globali). Si tratta di azioni individuali che richiamano alla responsabilità individuale del turista, ma anche azioni sociali ed economiche, che mettono in gioco la responsabilità delle istituzioni sociali e delle imprese economiche. Si sta iniziando a raccogliere i frutti di una importante riflessione etica sul turismo e assistiamo a una sempre crescente attenzione verso la gestione e la pianificazione di un turismo capace di coniugarsi con la tutela dei diritti umani e lo sviluppo armonico del territorio. Sempre più crescente è, infatti, l'attenzione verso una forma di turismo che oggi è definito *sostenibile*. L'Organizzazione Mondiale del Turismo fornisce una indicazione precisa su quel che si intende per turismo sostenibile, affermando che è sostenibile un turismo "(...) *in grado di soddisfare le esigenze dei turisti attuali e delle regioni ospitanti prevedendo e accrescendo le opportunità per il futuro*". Lo sviluppo sostenibile è un processo guidato che prevede una gestione globale delle risorse per garantirne la redditività, salvaguardando nello stesso tempo il capitale naturale e culturale. La sostenibilità del turismo richiede, pertanto, il rispetto dell'equilibrio tra natura, cultura e popolazione ospitante e che si rivela particolarmente fragile in aree ambientali a rischio e nelle isole di piccole dimensioni.

Uno dei meriti della psicologia del turismo è stato spostare il suo interesse dal versante economico al versante psicologico, intendendo il turismo stesso come meccanismo di difesa della salute dell'individuo nel momento in cui egli decide di evadere dai ritmi frenetici della vita quotidiana, ormai divenuta troppo stressante.

L'attività turistica è oggi il fattore più decisivo fra gli agenti di cambiamento sull'ambiente dell'uomo, un fattore che influenza non soltanto gli aspetti fisici del territorio, ma anche quelli sociali, psicologici e culturali (Gulotta, 1997).

Le istituzioni a tutti i livelli (comunali, regionali, nazionali) si stanno rendendo conto che un'attenta analisi del turismo, alla base dell'economia mondiale, non può più fare a meno del contributo della psicologia per quel che riguarda lo sviluppo di progetti. Il turista viene dunque visto sempre più come "essere umano" e non come "essere puramente economico". L'ambiente, inteso come ambiente fisico naturale, influenza le scelte che "l'uomo-turista" pone in essere nel momento in cui sceglie la meta dove trascorrere le proprie vacanze.

L'attività turistica è cresciuta costantemente nel tempo e sembra destinata ad una ulteriore crescita nell'immediato futuro. Si può affermare che l'attività turistica è oggi il fattore più decisivo fra gli agenti di cambiamento sull'ambiente dell'uomo, che influenza non soltanto gli aspetti fisici del territorio, ma anche quelli sociali, psicologici e culturali.

### **Il legame tra la psicologia del turismo e la psicologia dell'ambiente**

Alla luce di questa nuova concezione *psicologica* del turismo, negli ultimi tempi, si è assistito ad un interesse sempre più crescente per lo studio dell'ambiente e l'influenza che l'ambiente stesso esercita sugli individui (sviluppo della personalità, pensieri, comportamenti, etc.). Infatti, si sono andati sviluppando filoni di ricerca applicata finalizzati ad indagare i rapporti interdisciplinari tra la psicologia del turismo e la psicologia ambientale. La psicologia ambientale è, secondo una definizione generalmente accettata, a disciplina che si occupa delle interazioni e delle relazioni tra le persone e il loro ambiente (Proshansky, 1987). Tradizionalmente, gli aspetti che sono stati maggiormente presi in considerazione nella relazione individuo-ambiente sono quelli fisico-geografici dell'ambiente e la loro influenza sul comportamento umano, sui processi percettivi e cognitivi dell'individuo, sulle sue competenze spaziali, sui suoi processi sociali. Un po' più recente è la considerazione, da parte degli psicologi ambientali, dell'influenza della vita affettiva dell'individuo sulle sue competenze e sui suoi comportamenti ambientali e, in generale, della sfera delle emozioni legate all'ambiente e della preferenza ambientale. Con lo sviluppo della psicologia ambientale come area di studio autonoma e al tempo stesso interdisciplinare, si sono via via messi in luce anche molti aspetti applicativi. Questi sono al centro della rassegna più recente, nell'*Annual Review of Psychology*, di Sundstrom e collaboratori (1996). Tra i temi trattati vi sono lo stress provocato dal rumore, dall'inquinamento, dal caldo, gli atteggiamenti verso l'ambiente e la percezione dello stesso ambiente.

Alla luce delle implicazioni per la politica di tutela dell'ambiente e nel rapporto con programmi di turismo sostenibile è compito non solo delle istituzioni tutelare e salvaguardare l'ambiente, ma anche di coloro che lavorano all'interno di aziende -

sia pubbliche che private - che si occupano della tutela dell'ambiente stesso. Al lavoro di questi ultimi è affidato in ultima istanza il compito di preservare l'ambiente da eventuali minacce. Minacce e rischi disastrosi potrebbero essere evitati se anche la percezione che gli operatori hanno dell'ambiente fosse tale da consentire loro di svolgere a pieno, e con alto coinvolgimento, il lavoro di salvaguardia e tutela (Baroni, 1994; Bonnes & Secchiaroli, 1992).

Una lacuna significativa nell'ambito dell'analisi e del monitoraggio del rischio ambientale è rappresentata dallo studio della percezione dell'ambiente da parte dei protagonisti della sua salvaguardia. La percezione si riferisce ai "modi nei quali l'informazione viene acquisita dal contesto attraverso gli organi di senso e viene trasformata in esperienza di oggetti, eventi, suoni, gusti" (Roth, 1986). Nel processo di percezione e conoscenza dell'ambiente ha un peso primario l'interazione tra l'individuo e l'ambiente stesso, dagli aspetti fisici più immediati a quelli sociali, affettivi e lavorativi. Inoltre, la cultura organizzativa concorre in gran parte al raggiungimento degli obiettivi aziendali. Schein (1990, p. 35) ha elaborato una definizione di cultura organizzativa, secondo cui "*per cultura si intende un insieme di assunti di base - inventati, scoperti o sviluppati da un determinato gruppo, che impara ad affrontare i propri problemi di adattamento con il mondo esterno e di integrazione al suo interno - che si è rivelato così funzionale da essere considerato valido e, quindi, da essere indicato a quanti entrano nell'organizzazione come il modo corretto di percepire, pensare e sentire in relazione a quei problemi*". Uno degli aspetti caratterizzanti e centrali per la formazione della cultura d'impresa è la *vision* (o scopo). Essa può essere definita come scopo ultimo, la giustificazione stessa dell'esistenza dell'impresa, e al tempo stesso ciò che la contraddistingue da tutte le altre.

Alla luce di quanto fin qui detto, obiettivo del presente studio è analizzare la percezione che gli operatori di un'azienda di smaltimento di rifiuti speciali hanno dell'ambiente e l'identificazione dei dipendenti con lo scopo dell'azienda (*mission aziendale*). Ci si attende che, ad un'alta identificazione con la visione dell'azienda, corrisponda un più alto coinvolgimento e contributo nella tutela e nella salvaguardia dell'ambiente da parte degli operatori stessa della salvaguardia.

## Metodo

### *Campione*

Il campione è composto da 15 dipendenti di una società di smaltimento rifiuti speciali della provincia di Bari (87 % maschi), con un'età media di 40 anni ( $DS = 8,7$  anni) che lavorano come impiegati all'interno della società in media da 10 anni. Solo un partecipante è in possesso della laurea; gli altri partecipanti posseggono come titolo di studio il diploma.

### *Misure e procedura*

A ciascun partecipante sono stati somministrati individualmente dei questionari con diverse misure:

*Nuovo Paradigma Ambientale (NEP New Environmental Paradigm*, Dunlap e van Liere, 1978). La base teorica di questo strumento è la convinzione che lo sviluppo del Pianeta vada incontro a delle limitazioni, che la crescita economica debba procedere di pari passo con la salvaguardia dell'ambiente e che l'uomo dovrebbe poter esprimere al meglio il proprio bisogno di vivere in "armonia" con la natura, rispettandone l'equilibrio. Lo scopo di tale misura è dunque quello di fornire indicazioni, ad un livello molto generale, circa la percezione che gli individui hanno nei confronti di problematiche ambientali globalmente considerate. Ai partecipanti venne chiesto di valutare su 15 item a 5 punti (1 = "assolutamente in disaccordo"; 5 = "assolutamente in accordo") il loro grado di disaccordo o di accordo con alcune credenze sul rapporto con l'ambiente.

*Mission aziendale o Identificazione Lavorativa*. I partecipanti devono valutare su 32 item a 6 punti (0 = per nulla; 5 = del tutto) il loro grado di coinvolgimento e di condivisione degli obiettivi prefissati dall'azienda .

Esempi di item del questionario sono i seguenti:

*"Ciascuno in azienda conosce i motivi e gli obiettivi per i quali si porta avanti il lavoro"; "Ciascun impiegato ha sufficiente libertà nell'esprimere le proprie opinioni circa le decisioni che possono influenzare il proprio lavoro"; "Ciascun impiegato ha le giuste competenze per coprire il ruolo che gli è stato assegnato"; "I componenti di diversi team o reparti preferiscono decidere come agire e risolvere i problemi piuttosto che chiedere ogni volta ai loro responsabili istruzioni e consenso"; "Per ciascuno in azienda sono previste iniziative, spazi e momenti per migliorare le proprie competenze e le proprie capacità"; "C'è una buona ottimizzazione ed una discreta armonia tra le competenze ed il ruolo o le responsabilità che ciascun impiegato ricopre in azienda".*

La scala è stata costruita intervistando alcuni dipendenti sull'argomento. Dalle domande poste loro, sono emersi come salienti gli argomenti presenti nel questionario somministrato (Barbaranelli & Natali, 2005).

## Risultati

*Scala NEP.* Le analisi descrittive condotte sulle misure NEP hanno mostrato in generale alti punteggi ottenuti sui singoli item. Questo dato mette in luce un elevato accordo – e sensibilità – che i partecipanti mostrano nei confronti dell’idea generale che lo sviluppo della Terra vada incontro a delle restrizioni e che l’uomo dovrebbe riuscire a rispettare maggiormente l’ambiente e a viverci in armonia (vedi figura 1).

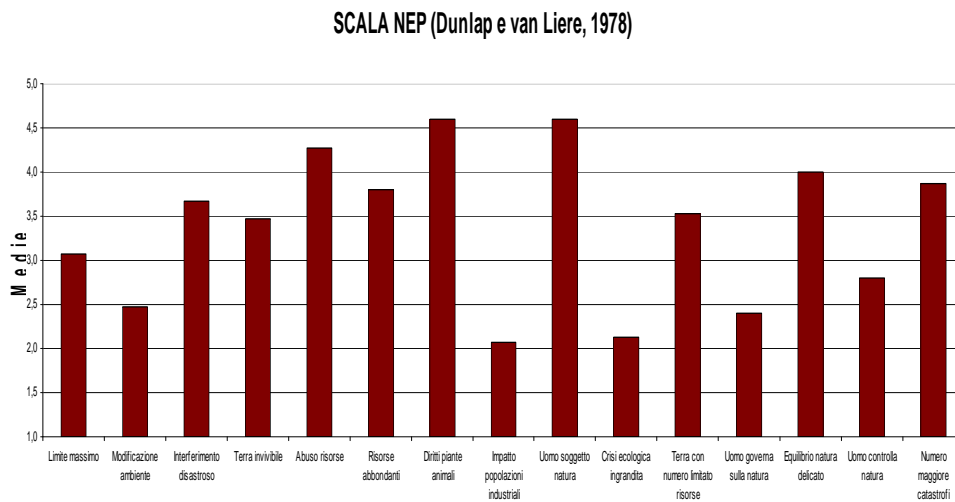


Fig.1: Punteggi medi della scala NEP.

*Identificazione Lavorativa o Mission aziendale.* E’ stata condotta un’Analisi per Componenti Principali (ACP) sui 32 item della scala Identificazione Lavorativa, con il metodo dell’autovalore  $> 1$  e con rotazione varimax (Kaiser, 1958). La soluzione comprende tre componenti (63% di varianza totale spiegata; varianza spiegata delle singole componenti, rispettivamente: 24,36%, 22,30% e 16,33). Le tre componenti estratte indicano tre diversi aspetti considerati centrali come obiettivi di un’azienda: 1) Relazioni interpersonali tra gruppi e reparti di lavoro, 2) Distinzione di ruoli e responsabilità e 3) Comunicazione e gestione degli obiettivi e dei problemi dell’azienda.

La prima variabile aggregata “Relazioni interpersonali tra gruppi e reparti di lavoro” è stata ottenuta calcolando la media dei punteggi forniti ai singoli 15 item che saturano la prima componente (esempi di item: “*I diversi gruppi o i reparti di lavoro, in genere, riescono a produrre creativamente molte idee quando affrontano un problema*”; “*In azienda, nei vari reparti e gruppi di lavoro, le nuove idee*”).

vengono accettate e discusse con interesse da tutti”). L’indice di affidabilità interna della prima componente è ottimo con un’alpha di Cronbach di 0,93.

La variabile aggregata “Distinzione di ruoli e responsabilità” è stata ottenuta calcolando la media dei punteggi forniti ai singoli 12 item che saturano la seconda componente (esempi di item: “Il ruolo coperto da ciascuno in azienda ha senso e significato rispetto agli obiettivi aziendali”; “C’è una buona ottimizzazione ed una discreta armonia tra le competenze ed il ruolo o le responsabilità che ciascun impiegato ricopre in azienda”). L’indice di affidabilità interna della seconda componente è ottimo con un’alpha di Cronbach di 0,90.

La terza variabile aggregata “Comunicazione e gestione degli obiettivi e dei problemi dell’azienda” è stata ottenuta calcolando la media dei punteggi forniti ai singoli 5 item che saturano la terza componente (esempi di item: “Per ciascuno in azienda sono previste iniziative, spazi e momenti per migliorare le proprie competenze e le proprie capacità”; “Ciascun impiegato ha sufficiente libertà nell’esprimere le proprie opinioni circa le decisioni che possono influenzare il proprio lavoro”). L’indice di affidabilità interna della terza componente è ottimo con un’alpha di Cronbach di 0,86.

Le analisi descrittive condotte sulle tre variabili aggregate mostrano, in generale, elevati livelli di identificazione lavorativa dei dipendenti della mission aziendale con il rapporto tra gruppi e reparti di lavoro e con la comunicazione e la gestione degli obiettivi e dei problemi dell’azienda. La figura 2 mostra i punteggi medi relativi alle tre variabili aggregate ottenute a seguito dell’ACP.

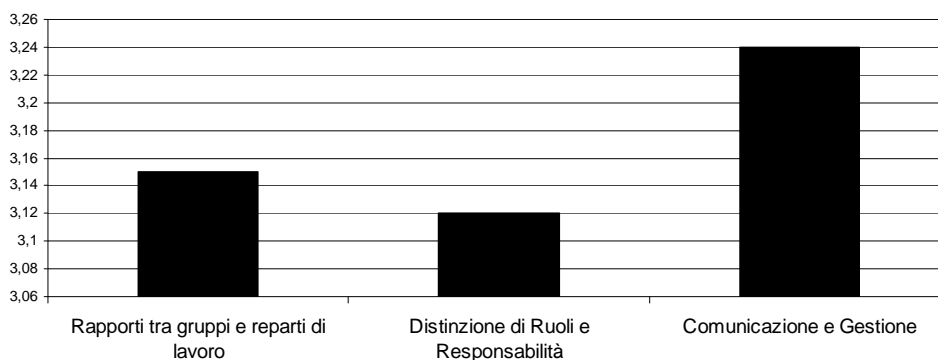


Fig. 2: Punteggi medi dei costrutti aggregati della scala di Identificazione o Mission aziendale

*Analisi Correlazionali.* E’ stata condotta un’analisi correlazionale con l’obiettivo di investigare, all’interno del gruppo di lavoratori dell’azienda di smaltimento rifiuti, la relazione esistente tra la condivisione degli obiettivi dell’azienda (o mission aziendale), la percezione che i dipendenti hanno dell’ambiente e del rapporto uomo-ambiente e gli anni di servizio nell’azienda.

La tabella 1 mostra le analisi correlazionali e mette in luce come gli anni di servizio trascorsi nell'azienda non siano associati né alla percezione che i dipendenti hanno dell'ambiente, né alla loro condivisione degli obiettivi dell'azienda. Al contrario, condividere aspetti importanti degli obiettivi della propria azienda di smaltimento rifiuti – quali la comunicazione e la gestione degli obiettivi e delle problematiche dell'azienda – correla positivamente con la percezione che i dipendenti hanno dell'importanza di un equilibrio armonico con la natura ( $r = 0,63, p < 0,001$ ) e del rispetto dei diritti dell'ambiente ( $r = 0,69, p < 0,001$ )

## **Discussione**

Il presente lavoro si inserisce all'interno di una nuova concezione *psicologica* del turismo, inteso come fenomeno capace di coniugare contemporaneamente la tutela dell'uomo e la tutela dell'ambiente e del territorio. Questo nuovo filone di ricerca interdisciplinare applicata vede interagire gli studi provenienti dalla psicologia del turismo e quelli provenienti dalla psicologia dell'ambiente. Il presente lavoro nasce da un forte limite di cui soffre questo campo di ricerca, e cioè dalla necessità di indagare ed esplorare il ruolo che la percezione dell'ambiente ha sull'ambiente stesso e sulla sua salvaguardia, non solo da parte degli individui in generale, ma soprattutto da parte di chi realmente e quotidianamente opera e lavora per la sua salvaguardia. Questa indagine presenta notevoli ricadute sia a livello teorico che empirico sulla psicologia del turismo: lo sviluppo e il potenziamento di una nuova concezione psicologica del turismo, che consideri la salvaguardia e la tutela dell'ambiente, non può non considerare la concezione che ha dell'ambiente stesso chi opera concretamente in questo settore. Se chi lavora nell'ambito della salvaguardia dell'ambiente si identifica totalmente con gli obiettivi della propria azienda e li condivide a pieno, svolge il proprio lavoro con il massimo impegno e tutela dell'ambiente. Di conseguenza, un ambiente rispettato, tutelato e sfruttato in maniera armonica diventa una fonte di ricchezza per lo sviluppo di un turismo sostenibile. Pertanto, promuovere e potenziare una certa sensibilità verso il problema dell'ambiente e della sua salvaguardia incide notevolmente anche sullo sviluppo del turismo.

Obiettivo del presente lavoro è stato investigare la percezione che i dipendenti di un'azienda di smaltimento rifiuti hanno dell'ambiente e del rapporto uomo-natura e investigare anche il coinvolgimento e la condivisione degli obiettivi dell'azienda da parte dei dipendenti stessi. Inoltre, il presente studio intendeva verificare la correlazione esistente tra la percezione dell'ambiente e il coinvolgimento lavorativo (o mission aziendale), ipotizzando che ad un'alta identificazione con la visione dell'azienda, corrisponda un più alto coinvolgimento e contributo nella tutela e nella salvaguardia dell'ambiente da parte degli operatori della salvaguardia (come nel caso dei dipendenti dell'azienda oggetto di indagine).



Le analisi hanno messo in luce come, in generale, i dipendenti dell'azienda considerata riportino un'alta percezione di quelle che sono le attuali problematiche del rapporto uomo-natura, e mostrino anche una certa sensibilità nel considerare l'importanza di un equilibrio armonico con l'ambiente, e la consapevolezza che la Terra sta andando incontro a delle restrizioni di energie e risorse. Lavorare quindi in un'azienda che ha come obiettivo primario la salvaguardia e la tutela dell'ambiente, corrisponde ad una certa sensibilità e inclinazione al problema ambientale. Le analisi condotte, invece, sull'identificazione lavorativa e sulla condivisione degli obiettivi aziendali (mission aziendale) mostrano alti livelli di identificazione rispetto a quelli che sono gli aspetti e gli obiettivi centrali per un'azienda, e cioè il rapporto interpersonale tra diversi gruppi e reparti di lavoro, la definizione di ruoli e responsabilità e la comunicazione e gestione degli obiettivi e delle problematiche dell'azienda stessa.

Le analisi correlazionali confermano l'ipotesi di una relazione esistente tra un'alta identificazione lavorativa con gli obiettivi di un'azienda di smaltimento rifiuti e la percezione dell'ambiente e del rapporto uomo-ambiente. Nello specifico, condividere aspetti importanti degli obiettivi della propria azienda – quali la comunicazione e la gestione degli obiettivi e delle problematiche dell'azienda – correla positivamente con la percezione che i dipendenti hanno dell'importanza di un equilibrio armonico con la natura e del rispetto dei diritti dell'ambiente. Il lavoro dei dipendenti della società sarà quindi svolto in modo ottimale perché si sentono anche essi stessi responsabili e coinvolti nella tutela dell'ambiente e il loro apporto lavorativo può far migliorare lo stato attuale delle cose ed incidere notevolmente anche sul turismo stesso.

Come tutti i lavori correlazionali, un importante limite del presente studio riguarda le inferenze causali che possono essere tratte a partire dalle analisi svolte sul rapporto tra identificazione lavorativa e percezione ambientale. Probabilmente altre variabili intervengono in questa relazione, quali differenze individuali di personalità o stili comportamentali. Studi futuri potrebbero considerare il ruolo esercitato da queste variabili e considerare anche le possibili differenze dovute a genere e età dei lavoratori. Si potrebbe, inoltre, investigare se la percezione dell'ambiente e la sensibilità verso la tematica della sua salvaguardia sono influenzate da fattori culturali e, anche, territoriali, esplorando pertanto eventuali differenze tra Nord e Sud Italia. In conclusione, il presente studio mette ancora una volta in luce l'interdisciplinarietà della psicologia del turismo e la sua apertura agli apporti di altre discipline. Le evidenze della psicologia ambientale, nel caso specifico, si dimostrano fruttuose sia a livello di ricerca sulle tematiche del turismo, sia in vista delle applicazioni a programmi di turismo sostenibile.

### Riferimenti bibliografici

- Aiello, A. (2001). Presentazione della Versione Italiana della Scala del Nuovo Paradigma Ambientale (New Environmental Paradigm). Manoscritto sottoposto per la pubblicazione.
- Barbaranelli, C. e Natali, E. (2005). *I test psicologici: teorie e modelli psicometrici*. Roma: Carocci.
- Baroni, M.R. (1998) *Psicologia ambientale*. Bologna: Il Mulino.
- Bogner F. X. e Wiseman M. (1997). *Journal of Environmental Psychology*, 17, 111–122.
- Bonaiuto, M., Aiello, A., Perugini, M., Bonnes, M. e Ercolani, P. (1999). *Journal of Environmental Psychology*, 19, 331,352.
- Bonnes M. e Secchiaroli G. (1992). *Psicologia Ambientale*. Londra: Sage.
- Dunlap, E.R., Van Liere, K.D., Mertig, G.A. e Jones, R.E. (2000). Measuring Endorsement of New Ecological Paradigm. A revised NEP scale. *Journal of Social Issues*, 3, 426-442.
- Gulotta G. (1997). *Psicologia turistica*. Milano: Giuffrè Editore.
- Kaiser, H.F (1958). The varimax criterion for analytic rotation in factor analysis. *Psychometrika*, 23, 187-200.
- Schein E.H. (1990). *Cultura d'azienda e leadership*. Milano: Guerini e Associati.
- Proshansky, H.M. e Fabian, A.K. (1987) The development of place identity in the child. In C.S. Weinstein and T.G. David, (a cura di), *Spaces for children*. N.Y.: Plenum Press.
- Sundstrom, E., Bell, P. A., Busby, P. L. e Asmus, C. (1996). Environmental Psychology 1989-1994. *Annual Review of Psychology*, 47, 485 512.