

Counseling psicologico in remoto: la soddisfazione degli studenti durante la pandemia COVID-19

Remote Psychological Counseling: Student Satisfaction during the Pandemic COVID-19

Concetta Papapicco, Anna Lacerenza, Luigi Tinella, Tiziana Lanciano, Antonietta Curci, Alessandro Taurino, Amedeo Stella

* Università degli Studi di Bari “Aldo Moro”
Piazza Umberto I, 1, 70121 Bari;
e-mail: concetta.papapicco@uniba.it;
e-mail: annalace91@libero.it;
e-mail: luigi.tinella@uniba.it;
e-mail: tiziana.lanciano@uniba.it;
e-mail: antonietta.curci@uniba.it;
e-mail: alessandro.taurino@uniba.it;
e-mail: amedeo.stella@uniba.it.

Ricevuto: 30.12.2020 - **Accettato:** 13.07.2021

Pubblicato online: 29.11.2021

Riassunto

La pandemia da COVID-19 ha costretto le università a ripensare ad un setting nuovo per la consulenza psicologica dedicata agli studenti, ovvero la riformulazione del servizio in modalità remota. Il presente studio mira ad indagare il costrutto di “soddisfazione” degli studenti che hanno usufruito del servizio di Counseling Psicologico dell’Università degli Studi di Bari durante il periodo della prima ondata della pandemia da COVID-19. La ricerca condotta ha inteso analizzare quanti-qualitativamente il questionario di soddisfazione somministrato agli studenti al termine del percorso. Lo strumento esplora le seguenti sottodimensioni legate all’esperienza vissuta: aspetti positivi; aspetti negativi; opinioni e suggerimenti di modifica. Le risposte degli studenti sono state analizzate tramite Sentiment Analysis automatica e Analisi Critica del Discorso. I risultati

C. Papapicco et al. / *Ricerche di Psicologia*, 2021, Vol. 44
ISSN 0391-6081, ISSN e 1972-5620, Doi:10.3280/rip2021oa12897

dimostrano che il servizio di Counseling Psicologico UniBA è stato una reale opportunità, soprattutto nel periodo di lockdown dovuto alla pandemia per i suoi punti di forza legati alla professionalità degli operatori e alla qualità del servizio.

Parole Chiave: counseling psicologico universitario, soddisfazione, Sentiment Analysis, Analisi Critica del Discorso

Abstract

The COVID-19 pandemic forced universities to rethink a new setting for psychological counseling dedicated to students, namely the reformulation of the service in remote mode. This study aimed to investigate the “satisfaction” construct of students who have benefited from the Psychological Counseling service of the University of Bari during the period of the first wave of the pandemic by COVID-19. The study analyzed quanti-qualitatively the satisfaction questionnaire given to students at the end of the path. Such a tool explores the following sub-dimensions related to lived experience: positive aspects; negative aspects; opinions and suggestions for change. The students’ responses were analyzed through Automatic Sentiment Analysis and Critical Discourse Analysis. The results showed that the Uniba Psychological Counseling service has been a real opportunity, especially in the period of lockdown due to the pandemic, for its strengths related to the professionalism of operators and the quality of service.

Keywords: University psychological counseling, satisfaction, Sentiment Analysis, Critical Discourse Analysis

Introduzione

Il counseling psicologico ha come obiettivo il potenziamento dell’utente nella gestione di situazioni che riguardano aspetti della propria vita personale, cognitivo-emotiva, relazionale e professionale (Oliveira et al., 2020). Partendo da questa definizione, le tecniche alla base di un percorso di counseling mirano a incrementare e ottimizzare competenze legate al problem solving, alla presa di decisione e all’autoconoscenza, dal punto di vista educativo, preventivo e supportivo (Patterson e Eisenberg, 1988). In particolare, in questo lavoro sarà posta l’attenzione sul counseling psicologico in ambito educativo, con specifico riferimento al servizio di consulenza psicologica nel contesto accademico.

Durante gli anni Settanta la consulenza relativa agli studenti universitari si è concentrata su tre specifiche aree di intervento: la pianificazione delle classi, il tutoraggio accademico e la gestione del tempo (Shriberg e Brodzinski, 1984). Shriberg e Brodzinski (1984) aggiungono che, alla fine degli anni Settanta e i primi anni Ottanta, è cresciuto l'interesse per il benessere psicologico degli studenti, considerati come una popolazione con preoccupazioni e problemi specifici. La nascita, infatti, della consulenza psicologica in università risale ufficialmente al 1975, periodo in cui, rispetto al counseling studentesco, ci si concentra sul miglioramento delle prestazioni universitarie e soprattutto sul supporto in materia di benessere psicologico (Miller e Wooten, 1995; Petitpas, Buntrock, Van Raalte, e Brewer, 1995). Sempre nel mondo anglosassone, dopo la nascita di un servizio di counseling rivolto agli studenti, si è registrato un incremento dell'attenzione verso la salute mentale degli studenti universitari. Backels e Wheeler (2001) hanno mostrato che la maggior parte dei docenti delle facoltà scientifiche e umanistiche ritengono che i problemi di salute mentale abbiano un impatto negativo sulle prestazioni accademiche degli studenti e suggeriscono di indirizzare gli studenti alla consulenza per problemi specifici. Il *Chronicle of Higher Education* ha pubblicato diversi lavori su argomenti come i suicidi nei campus (es., Blom & Beckley, 2005), il tipo di aiuto che gli studenti con problemi psicologici hanno ricevuto (es., Hoover, 2003) e l'aumento del numero di studenti che hanno richiesto consulenza (e.s. Geraghty, 1997). Dal canto loro, gli studenti sembrano prestare via via più attenzione alla loro salute mentale. Turner e Quinn (1999) hanno segnalato una notevole variazione nella probabilità che gli studenti universitari si consultino con un professionista della salute mentale. Nella ricerca (Turner e Quinn, 1999) gli studenti hanno chiaramente indicato che apprezzano i servizi psicologici e si attendono che l'università metta a disposizione un servizio di consulenza psicologica. In modo simile, Bundy e Benschhoff (2000) hanno trovato che più del 70% degli studenti universitari ha ritenuto utile l'accesso ad un servizio di consulenza psicologica.

Jobes e collaboratori (1997) hanno studiato l'efficacia del servizio di Counseling universitario della "Catholic University of America" per gestire il rischio suicidario degli studenti universitari. I risultati dello studio, infatti, dimostrano che il servizio di counseling psicologico risulta efficace nell'individuazione degli studenti a rischio suicidario. L'esperienza anglo-americana del counseling psicologico universitario può essere schematizzata in tre differenti tipologie:

- *l'informal counseling*, attività di ascolto o facilitazione dell'espressione di problemi, nella quale la relazione non è definita da un contratto, ma resta libera e casuale;

- il *formal counseling*, dove vengono stabiliti gli obiettivi da raggiungere e le regole da seguire attraverso uno specifico contratto;
- lo *psychotherapeutic counseling*, trattamento a lungo termine, rivolto a persone con serie patologie (Fulcheri e Accomazzo, 1999).

In Francia, invece, si registrano diversi servizi per lo sviluppo di strategie per affrontare i disagi psicologici degli studenti, in particolare sono individuabili tre tipologie principali:

servizi che operano a scopo preventivo, tra cui rientrano i Dipartimenti di Medicina Preventiva;

servizi propriamente di aiuto psicologico universitario, molto simili ai *Counseling Service* istituiti a partire dal 1956 negli USA;

cliniche universitarie medico-psicologiche che propongono trattamenti di full o day hospital rivolti a studenti che soffrono di problemi specificamente psichiatrici (Biasi, 2019).

A livello operativo, nel contesto anglo-americano Murphy e Martin (2004) hanno identificato diverse strategie di intervento per l'organizzazione dei servizi di supporto al benessere psicologico degli studenti universitari. Tra le raccomandazioni figurano: (a) l'uso delle terapie più brevi, (b) la gestione delle liste d'attesa in modi e tempi rapidi, (c) il miglioramento dell'efficienza della programmazione degli utenti, (d) l'aumento delle opzioni di trattamento di gruppo, (e) lo stabilire procedure da seguire per terminare il rapporto di consulenza, (f) lo stabilire procedure di emergenza che facciano parte di un sistema di assunzione tradizionale e (g) il fornire al personale una formazione sulle procedure di valutazione e di invio. Proprio perché si basa su relazioni d'aiuto e presenta linee operative ben strutturate, al fine di promuovere il benessere degli studenti universitari, il counseling psicologico universitario è stato riconosciuto come servizio di salute mentale sia all'estero, sia in Italia (Biasi et al., 2017).

Per quanto riguarda il contesto italiano, dagli anni Novanta in poi le università hanno posto attenzione ai molteplici problemi e ai bisogni della popolazione studentesca universitaria, promuovendo una ulteriore programmazione e diffusione di servizi di supporto psicologico, con l'obiettivo di offrire ascolto e sostegno agli studenti che vivono situazioni di disagio e di difficoltà personali, attraverso la relazione con un professionista d'aiuto (Fulcheri, 2002). Su questo piano, il counseling in ambito universitario si pone come intervento di valorizzazione e supporto di risorse personali, dell'esperienza positiva di accettazione, della fiducia, dell'apprezzamento, dell'incoraggiamento (Marocco Muttini, 1997).

Un punto di svolta rilevante nella storia del counseling psicologico in ambito universitario si è verificato proprio in questo periodo, nel 2020, a seguito della dichiarazione di pandemia da COVID-19 e l'impiego di po-

litiche restrittive per il contenimento del contagio. La diffusione del virus ha rappresentato una forte emergenza sanitaria, che ha richiesto l'attivazione di misure di contenimento caratterizzate dall'isolamento forzato e dall'interruzione di numerose attività lavorative, costringendo inoltre ad una drastica limitazione degli spostamenti individuali e dei contatti tra le persone. La letteratura scientifica indica che tali misure (dette comportamentali o non-farmacologiche) possono essere efficaci a contenere la diffusione del virus, e ciò è particolarmente importante in assenza di cure mediche efficaci o di un vaccino che protegga dalla malattia (Cowling et al., 2020). Tuttavia, esse hanno effetti diretti sul benessere psicologico individuale (Holmes et al., 2020). Nel contesto italiano, la somministrazione del questionario COVIDStress (Mari e Scarpaci, 2020) ha mostrato che gli studenti universitari hanno riportato livelli medio-elevati di stress durante il periodo di pandemia ($M = 2,91$ in un range da 1 a 5) se confrontati con persone disoccupate ($M = 2,72$), persone in pensione ($M = 2,26$) o impiegati a tempo pieno ($M = 2,47$). Le pratiche di distanziamento fisico previste dai provvedimenti governativi urgenti, in materia di contenimento del contagio da coronavirus sull'intero territorio nazionale, hanno pertanto portato ad un ripensamento e ad una rapida riorganizzazione del servizio di counseling psicologico universitario, creando la possibilità di continuare o avviare nuovi interventi di sostegno e supporto in modalità remota.

Partendo da questo panorama, il presente studio mira ad indagare il costrutto di "soddisfazione" degli studenti che hanno usufruito del servizio di Counseling Psicologico dell'Università degli Studi di Bari durante il periodo della prima ondata della pandemia da COVID-19. Nello specifico, è stata effettuata un'analisi quanti-qualitativa del questionario di soddisfazione somministrato agli studenti coinvolti al termine del percorso, focalizzando l'attenzione in modo specifico sull'esplorazione delle seguenti sottodimensioni relative all'esperienza vissuta: aspetti positivi; aspetti negativi; opinioni e suggerimenti di modifica. Le risposte degli studenti sono state analizzate tramite Sentiment Analysis automatica e Analisi Critica del Discorso.

La soddisfazione nel servizio di supporto psicologico universitario nel periodo COVID-19

Sul tema della customer satisfaction nel contesto dei servizi di salute mentale sono state prodotte numerose pubblicazioni scientifiche (Corposanto, 2006; De Ambrogio, 2000; Kaneklin, 2000). Negli ultimi anni si è potuto osservare come la customer satisfaction sia divenuta un obiettivo strategico da perseguire, un indicatore di qualità del servizio fornito, sul

quale costruire le azioni migliorative utili a rendere il servizio sanitario sempre più rispondente ai bisogni dei cittadini/pazienti/utenti (Favretto, 2007).

Tutte le persone sono in grado di percepire la buona o la cattiva qualità dell'assistenza sanitaria, soprattutto quando sono costrette a sperimentarla in modo diretto. Per questo motivo, il grado di soddisfazione delle cure ricevute costituisce uno dei principali indicatori di qualità dell'assistenza, sebbene rifletta le singole esperienze, più che un punto di vista in generale. Tale giudizio, infatti, è in larga misura di carattere soggettivo, risultando condizionato dalle specifiche esigenze della persona, dalla sua sensibilità, dalla capacità di critica, dalla fiducia che ripone nel professionista o nella struttura a cui si rivolge e, in ultima istanza, da ciò che si aspetta di ottenere dal servizio sanitario. In altre parole, il grado di soddisfazione misura in qualche modo la distanza che divide ciò che si desidera da ciò che si ottiene (Bonaldi, 2003 in Favretto, 2007). Un gran numero di centri per la salute mentale ha iniziato ad utilizzare misure di soddisfazione dei pazienti come indicatore dell'efficacia e della qualità dei servizi (Edlund et al., 2003; Ogles et al., 2002). Le ragioni a supporto di tale utilizzo sono la validità, la brevità e l'economicità di tali misure (Ogles et al., 2002). Inoltre, l'uso di misure di soddisfazione rispetto alla salute mentale consente di dar voce a chi ha usufruito del servizio (Garland et al., 2007; Kessler e Mroczek, 1995). Alcuni studi (ad esempio, Lambert et al., 1998) dimostrano che la soddisfazione del paziente non è esclusivamente correlata ad un cambiamento sintomatologico, ma all'intera esperienza che va dalla presa in carico alla conclusione dei colloqui. Ciò significa che la soddisfazione del servizio sanitario occupa un dominio, la cui rilevazione è importante per determinare l'efficacia del servizio.

Garland et al., (2007) hanno osservato che ci sono tre importanti gruppi di variabili che possono influenzare la soddisfazione dei pazienti nei confronti dei servizi di salute mentale: (1) le caratteristiche presenti all'entrata in servizio (ad esempio, età, sesso, diagnostica presentata); (2) le caratteristiche terapeutiche (ad esempio, l'esperienza terapeutica presso altri servizi) e (3) i risultati clinici (ad esempio, il sintomo e il cambiamento funzionale).

Nello specifico, la qualità di un servizio di salute mentale può essere definita come la globalità degli aspetti e delle caratteristiche del servizio prestato, da cui dipendono le sue capacità di soddisfare completamente un dato bisogno. Esiste dunque uno stretto legame tra soddisfazione del cliente e qualità del servizio, che può essere così esplicitato:

- il cliente è soddisfatto quando le prestazioni ottenute coincidono con le sue aspettative;

- il cliente è molto soddisfatto quando le prestazioni sono per qualche aspetto superiori alle sue aspettative, quando riceve qualcosa di più rispetto a quello che pensava di trovare nel rapporto con l'ente;
- il cliente avverte un senso di disagio quando le prestazioni ottenute sono inferiori alle sue aspettative e dimostra una profonda insoddisfazione quando l'entità dello scostamento è elevata.

La rilevazione della customer satisfaction nell'ambito dei servizi di salute mentale si configura, pertanto, come un ambito di esplorazione fondamentale per il miglioramento continuo della qualità del servizio (Negro, Tanese e Gramigna, 2003).

La valutazione della soddisfazione dei servizi di consulenza rivolti agli studenti rappresenta attualmente un'area di ricerca in progressivo sviluppo a livello internazionale (Biasi, 2019). Ciò appare in linea con la definizione più recente concordata da ben ventinove istituzioni specializzate, secondo la quale il counseling viene inteso come «una relazione professionale che consente a diversi individui, famiglie e gruppi di raggiungere obiettivi di salute mentale, benessere, istruzione e carriera» (Kaplan, Tarvydas, & Gladding, 2014, 370). Un esempio di counseling psicologico è quello svolto nel contesto universitario che, configurandosi come servizio di relazione d'aiuto, mira a raggiungere obiettivi di benessere psicologico.

Nel caso, quindi, del counseling psicologico universitario come esempio di servizio di salute mentale, molto utili risultano essere strumenti di analisi della soddisfazione con contenuto analitico (Morana, 1997). Si tratta di strumenti che consentono di codificare le libere risposte ad una serie di domande non strutturate, concernenti i pensieri e i sentimenti dell'utente sull'esperienza di fruizione del servizio. L'idea dell'utilizzo di strumenti di contenuto analitico deriva dalla modellizzazione della soddisfazione di un servizio (Zeithaml, Leonard e Parasuraman, 1988) e adattata, in questo contesto al servizio di Counseling Psicologico universitario, come mostrato in Figura 1.

Dal modello emerge che, nella valutazione della soddisfazione, è necessario tener conto dell'intrecciarsi di due specifici livelli inerenti il vissuto personale dell'esperienza:

1. quello che riguarda gli utenti, ovvero gli studenti universitari, che si focalizza sulle aspettative sul servizio; sulle percezioni relative al servizio e sulle prestazioni effettive ricevute;
2. quello dell'utente e degli operatori.

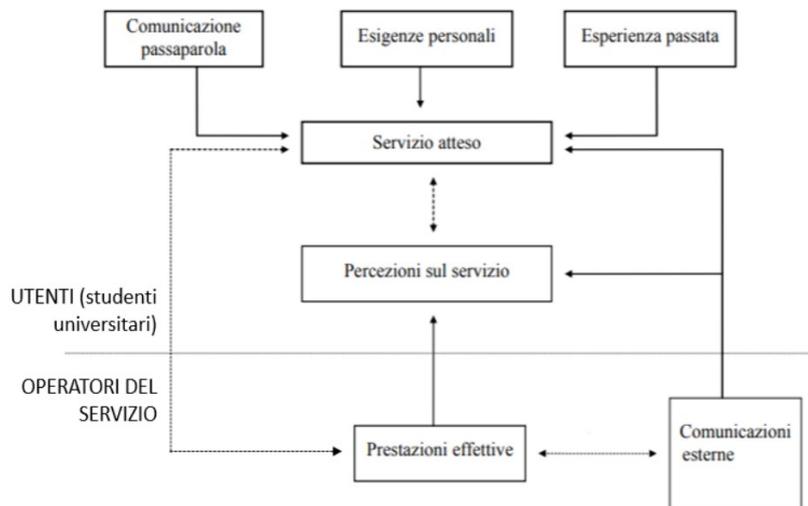


Fig. 1 - Modellizzazione della soddisfazione del servizio di Counseling Psicologico Universitario: rielaborazione propria

In altre parole, la valutazione della soddisfazione è il risultato di ciò che ci si aspetta dal servizio (livello 1: Fig. 1), elemento condizionato dalla comunicazione tramite passaparola (*word-of-mouth*); dalle esigenze personali (ad esempio l'urgenza della necessità di ascolto) e dal confronto con un'eventuale esperienza passata (ad esempio, l'aver intrapreso altri percorsi psicologici). Questo livello si incrocia con la percezione del servizio e le prestazioni effettivamente ricevute (livello 2 e 3: Fig. 1), dove si valutano nel contempo, gli operatori che hanno gestito l'intervento. Questi ultimi due piani (livello 2 e 3: Fig. 1) sono influenzati non solo dalle esperienze soggettive, ma anche da comunicazioni esterne. Nel caso del counseling psicologico, un esempio di "comunicazione esterna" si rintraccia nella fase di accoglienza, svolta da un operatore diverso dallo psicologo che prenderà in carico lo studente. Quindi per "comunicazione esterna" non si intende un passaggio di informazioni tra servizio ed enti esterni, ma tra figure operanti.

Il modello presentato costituisce la base per comprendere come funziona la valutazione della customer satisfaction del servizio di counseling psicologico universitario. Il funzionamento, perciò, può essere convertito nelle variabili, che costituiscono l'elemento di valutazione. Partendo, infatti, dal modello appena presentato, è possibile rilevare che,

utilizzando uno strumento di valutazione della soddisfazione attraverso domande aperte, volte ad indagare il vissuto personale, dovrebbero essere esplorate le seguenti categorie di analisi con contenuto analitico:

1. valutazioni solo favorevoli;
2. valutazioni sia favorevoli sia sfavorevoli;
3. valutazioni né favorevoli né sfavorevoli;
4. valutazioni solo sfavorevoli.

Sebbene queste misurazioni abbiano problemi di generalizzazione, esse risultano molto utili per ovviare al problema di riorganizzazione dei servizi a seguito di periodi, come quello della pandemia da COVID-19, in cui si deve necessariamente fare affidamento a strumenti di rilevazione rapidi, efficaci e somministrabili a distanza. Questi strumenti, infatti, devono essere proposti all'utente attraverso qualsiasi piattaforma che consente di attivare sondaggi, con la modalità scelta e nel rispetto della privacy e dell'anonimato dei rispondenti.

Nel presente lavoro si descriverà uno studio di caso sulla soddisfazione degli utenti del servizio di counseling psicologico dell'Università di Bari "Aldo Moro", durante il periodo di confinamento legato alla pandemia da COVID-19.

La ricerca: il caso del Servizio di Counseling Psicologico UniBA

Il servizio di counseling nasce per rispondere alle esigenze delle studentesse e degli studenti dell'Università di Bari (Servizio Counseling UniBA) di avere uno spazio di ascolto e confronto con professionisti esperti negli interventi di sostegno e supporto relativi alle difficoltà della vita universitaria e alle strategie per fronteggiarle. È orientato alla promozione del benessere di qualsiasi componente della popolazione studentesca che decida di rivolgersi, con particolare attenzione agli studenti inattivi e/o fuori corso che sperimentano un personale disagio correlato a transizioni, interruzioni, blocchi, ritardi nel perseguimento degli obiettivi di carriera. Il Servizio opera in collaborazione e in sinergia con gli altri servizi di Ateneo rivolti alle studentesse e agli studenti e si avvale del lavoro di psicologi e psicoterapeuti esperti in counseling psicologico.

Per gli studenti che si affacciano al Servizio è previsto un primo colloquio per eventuale presa in carico e successivo invio a una o più delle seguenti articolazioni:

1. supporto per la gestione dello stress nel contesto universitario, promozione del coping efficace e sostegno alla fragilità emotiva attraverso un ciclo di colloqui individuali;

2. percorso clinico ad orientamento dinamico comprendente un ciclo di incontri individuali e/o inserimento in un gruppo per intervento focale psicoterapeutico su problematiche più o meno durature di tipo ansioso, depressivo, conflitti interni sulla definizione di Sé e dell'identità.
3. training su organizzazione e pianificazione di studio, gestione strategica del tempo, problem solving, stile comunicativo efficace, motivazione allo studio.

Dopo la presa in carico della richiesta dello studente, viene investito della gestione del caso un operatore che concerta con l'utente il percorso più appropriato. Il percorso offerto dal Servizio di Counseling Psicologico UniBA comprende 5 incontri e un ultimo incontro facoltativo di follow up, in cui la conduzione di quest'ultimo incontro è incentrata sui cambiamenti rilevati (sia in maniera soggettiva, sia oggettiva con riferimento ai risultati di misurazioni pre-post) e sul grado di soddisfazione del servizio. In seguito alla dichiarazione da parte dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) di pandemia da COVID-19 e il successivo lockdown italiano, il servizio di Counseling Psicologico UniBA è passato alla digitalizzazione, programmando incontri in remoto, attraverso le piattaforme di videoconferenza più "conosciute" nel contesto universitario, come Microsoft Teams. Rispettando la privacy degli studenti, il principio cardine perseguito in questa fase riorganizzativa è stato quello della "flessibilità", anche nella scelta degli orari più comodi per gli utenti.

La ricerca parte proprio da quest'ultima valutazione sulla soddisfazione della fruizione del Servizio Counseling UniBA dando "voce" direttamente agli studenti. Nello specifico, il questionario di soddisfazione è stato pensato tenendo conto del funzionamento della customer satisfaction, modellizzata in Figura 1, considerando soprattutto il primo livello, quello degli studenti e chiedendo loro di valutare anche l'esperienza con gli operatori del servizio. Da questi criteri, sono state estratte quattro variabili, che costituivano l'oggetto di valutazione, ovvero:

1. le valutazioni solo favorevoli;
2. le valutazioni sia favorevoli sia sfavorevoli;
3. le valutazioni né favorevoli né sfavorevoli;
4. le valutazioni solo sfavorevoli.

Il questionario, composto da domande aperte riguardanti le quattro variabili, è stato somministrato a tutti gli utenti che hanno completato il percorso, ovvero a tutti coloro che hanno svolto il colloquio di accoglienza e cinque incontri, più un sesto facoltativo, durante il primo lockdown.

Campione e unità di analisi

Nella ricerca, sono stati analizzati i questionari di soddisfazione forniti, tramite Google Moduli, agli utenti che avevano completato il percorso dei cinque colloqui presso il servizio di Counseling Psicologico dell'Università degli Studi "Aldo Moro" (Servizio Counseling UniBA). Sono stati considerati i questionari di soddisfazione di 56 utenti che avevano svolto gli incontri nel periodo dal 16 Aprile 2020 al 10 Ottobre 2020. Il questionario è stato somministrato al termine del percorso, perciò, nel periodo preso in considerazione, 56 utenti avevano completato il percorso e compilato il questionario di soddisfazione. Il campione ha età media 26 anni, di cui il 77% è costituito da donne e il 23% da uomini, afferenti per il 59% a corsi di laurea umanistici, il 34% a corsi di laurea scientifici e il 7% a corsi di laurea economici. Di questi, il 56% sono corsi di laurea triennali (Scienze e Tecniche Psicologiche), il 30% corsi di laurea magistrali (Magistrale in Giurisprudenza) e il 14% corsi di laurea a ciclo unico (Medicina, Farmacia, Scienze della Formazione Primaria). Del campione di utenti, quasi nessuno (2%) ha assunto una terapia farmacologica e solo il 4% ha svolto terapia psicologica precedente, presso privati o enti esterni al servizio. Il 9% delle persone che hanno ricevuto sostegno psicologico aveva usufruito precedentemente del servizio di counseling universitario.

L'accesso al servizio è avvenuto per diverse motivazioni, riconducibili per il 93% a temi riguardanti il percorso universitario. In questa percentuale, si distingue il 26% per ansia nella preparazione degli esami (es. *"Blocco negli esami. Ansia e agitazione"*); il 33% per la perdita di motivazione verso lo studio (es. *"Disorientamento e bassa motivazione nello studio e blocco con un esame"*); l'8% per la scelta del percorso universitario e la carriera intrapresa (es. *"confusione nella scelta del percorso"*); il 26% per la gestione del tempo e dello studio (es. *"Gestione dello studio ed organizzazione e supporto"*). Tra le motivazioni non riguardanti esclusivamente il percorso universitario, si registra il 3% per motivi legati ad ansia, depressione e attacchi di panico (es. *"Attacchi di panico e demoralizzazione"*) e il 4% per altri temi, come l'insicurezza o relazionalità (es. *"Fine della relazione con la ragazza e insicurezze"*).

A questo campione, è stato somministrato il questionario di soddisfazione composto da domande aperte. In base al modello descritto (Fig. 1), sono state estratte quattro variabili:

1. i vantaggi del servizio, in cui sono stati indagati i punti di forza dell'esperienza di fruizione del servizio con domande aperte come *"A tuo parere, se presenti, quali sono stati i punti di forza del servizio?"*

2. i punti carenti del servizio, tramite cui sono stati indagati gli aspetti meno soddisfacenti dell'esperienza con domande aperte come *“A tuo parere, se presenti, quali sono stati gli aspetti carenti del servizio?”*
3. le opinioni generali sul servizio, tramite cui si intende lasciare uno spazio di riflessione sull'esperienza di fruizione con domande aperte come *“Siamo molto interessati a conoscere la tua opinione rispetto a qualsiasi altro elemento che ha positivamente o negativamente influenzato il tuo giudizio...”*
4. i suggerimenti di modifica degli aspetti carenti del servizio, con cui si mira a creare uno spazio propositivo, in cui gli utenti possono sentirsi partecipi di cambiamenti e miglioramenti futuri del servizio. La richiesta di suggerimenti è avvenuta attraverso domande aperte come *“Ci sono modifiche che apportaresti?”*.

Il questionario, quindi, è anonimo, in modo da ridurre quanto più possibile bias legati alla desiderabilità sociale. In totale, sono state raccolte e analizzate 121 risposte, suddivise in:

- 40 risposte su 56 per gli aspetti positivi;
- 29 risposte su 56 per gli aspetti carenti;
- 36 risposte su 56 per le modifiche;
- 16 risposte su 56 per le opinioni.

La variabilità numerica è dipendente dal fatto che alcune risposte non sono state fornite, per cui il campo di risposta è risultato vuoto.

Obiettivi e metodologia

Obiettivo del presente studio è testare l'idea che il Servizio di Counseling UniBA sia stato uno strumento di supporto psicologico efficace durante la prima fase emergenziale COVID-19. L'efficacia del servizio è stata operazionalizzata in termini di livelli di soddisfazione da parte degli studenti-utenti che hanno usufruito del servizio.

Considerando questo obiettivo generale, la ricerca delinea due obiettivi specifici, ovvero:

1. indagare il grado di soddisfazione del servizio di sostegno psicologico universitario in termini culturali;
2. utilizzare uno strumento qualitativo per valutare la soddisfazione.

Per soddisfare questi obiettivi, si è optato per una metodologia mista (quanti-qualitativa) di analisi delle risposte fornite dagli utenti. Per quanto riguarda la parte quantitativa, è stata applicata una Sentiment Analysis (Pang e Lee, 2008) automatica, attraverso due software:

1. SentiStrength (Prastowo e Yuniarno, 2019), al fine di ottenere un risultato in percentuale della polarizzazione testuale (positiva, neutra e negativa);

2. Semantria per Excel (Lawrence, 2014), in cui ci si è focalizzati sulla funzione ‘Themes’ (‘Temi’) per individuare la polarizzazione e centralità dell’esperienza e della soddisfazione. Si ottiene, così, una nuvola di parole con i temi maggiormente ricorrenti nelle risposte degli studenti, la cui grandezza dipende da quanto sono frequenti e la colorazione dipende dalla polarità, ovvero: (a) verde per il positivo; b) grigio per il neutro; c) rosso per il negativo.

La Sentiment Analysis (Pang e Lee, 2008) è una metodologia di analisi dei testi che permette di estrarre la soggettività e la polarità positiva, negativa o neutra da un atto linguistico, consentendo una migliore comprensione dell’opinione degli utenti riguardo un servizio o un prodotto. Dai dati testuali, in particolare, è possibile cogliere sentimenti, emozioni, opinioni e giudizi, o, in genere, gli stati privati di una persona.

In particolare, la Sentiment Analysis automatica svolta, quindi, con l’aiuto di uno o più software, si basa su un match effettuato tra il testo dato in input, nel caso specifico si trattava delle risposte fornite al questionario di soddisfazione, rispetto al vocabolario interno del software, a cui è attribuito un “peso” su una scala da +5 a -5. La positività è data dalla somma algebrica dei pesi delle parole all’interno del singolo estratto; lo stesso vale per la negatività; la neutralità, invece, può indicare assenza di polarizzazione, oppure una polarizzazione mista positiva-negativa o viceversa.

Per evitare errori è necessario supportare l’analisi quantitativa con quella qualitativa. Nella ricerca, infatti, partendo dall’output restituito dai due software, è stata proposta un’Analisi Critica del Discorso (Weiss e Wodak, 2007). L’Analisi Critica del Discorso è una metodologia qualitativa utile a rilevare il sistema valoriale legato alla variabile “soddisfazione”, ma che subisce l’influenza del contesto e della cultura di riferimento. Per le analisi, infatti, è stato necessario considerare l’aspetto culturale degli studenti universitari di Bari, ovvero di un’università da sempre strutturata in presenza. L’elemento culturale influenza la percezione della soddisfazione, in quanto la valutazione dipenderebbe dai valori ritenuti importanti per quel luogo, dalla società e dalla continua interazione tra l’individuo e il suo ambiente (Kwan et al., 1997). All’interno della ricerca, l’elemento culturale è un quadro interpretativo da cui si parte per comprendere la valutazione della soddisfazione, alla luce del sistema dei valori condivisi in un certo contesto, quale quello dell’Università di Bari.

Risultati

Dai risultati della Sentiment Analysis emerge un’importante positività nel tema degli aspetti positivi del servizio, come mostrato nel grafico 1.

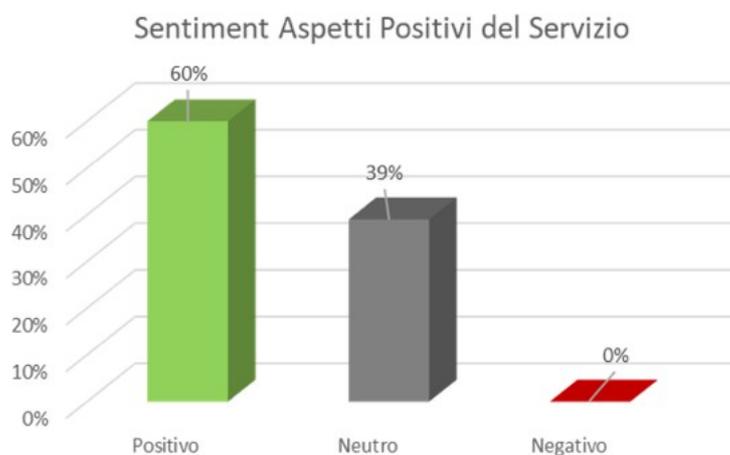


Grafico 1 - Sentimenti aspetti positivi



Fig. 2 - Temi degli aspetti positivi

Il grafico 1 rappresenta la distribuzione della polarità delle risposte circa gli aspetti positivi rilevati nella fruizione del Servizio di Counseling UniBA. Come si può vedere dal grafico, le risposte risultano essere prevalentemente centrate sulla positività (60%) e sulla neutralità (39%), mentre assente risulta essere la polarizzazione negativa. L'analisi dei temi, invero, specifica gli argomenti ricorrenti di positività, negatività e neutralità riscontrati tra gli studenti rispondenti (Figura 2). Partendo dai

temi polarizzati negativamente, si evince che il software rileva, in senso negativo, non gli elementi riferiti al servizio, ma la parola “problem*” o “problematiche”. Ricostruendo il contesto della frase, si comprende che, in molti casi, gli studenti rilevano di aver affrontato problemi e problematiche personali, come nei seguenti esempi:

Es. 1 *“La pazienza e la comprensione delle problematiche”*.

Es. 2 *“Potermi confrontare con un giovane professionista vicino agli studenti e capace di comprendere le problematiche senza alcun problema”*.

Es. 3 *“Il mettere a disposizione una persona per affrontare i problemi personali è già di per se un punto di forza”*.

Come si può notare dagli estratti, il termine “problema”, è inserito in una cornice contestuale positiva, entro cui gli studenti esaltano come aspetti di forza del servizio il fatto di aver gestito alcune esperienze personali. Per questo motivo, il software non rileva negatività nel punteggio totale di questo gruppo di risposte, in quanto il termine è contestualizzato in un frame di positività.

Nel confronto tematico tra positività e neutralità, invece, interessante risulta la centralità sulla “qualità”, sull’“aiuto” e sulla “gratuità”; mentre, ad un livello di positività leggermente inferiore rispondono i termini “molto efficace”, “bravura” e “capace”. È fondamentale notare la differenza di polarizzazione tra “gratuito” e “gratuità”. La gratuità, infatti, a differenza dell’essere gratuito, diventa un valore per gli studenti. La differenza di polarità tra “gratuito” (neutro) e “gratuità” (positivo) è data dal contesto di enunciazione, come nei seguenti esempi:

Es. 4 *“Il servizio gratuito offerto agli studenti”*.

Es. 5 *“La gratuità del servizio, la celerità della risposta e la competenza dello psicologo”*.

A livello strutturale, l’estratto 4 presenta una struttura minima, rispetto alla risposta dell’esempio 5. Nel caso della risposta 4, il concetto dell’essere “gratuito” è inserito in una frase minima composta da soggetto e predicato, dove la sua funzione è quella di aggettivo, ovvero è secondario rispetto al termine “servizio”. Nel secondo estratto, invece, la positività è data proprio dall’indipendenza del termine “gratuità”, che assume una funzione valoriale, soprattutto perché seguita da altri concetti principali come “celerità” e “competenza”.

A livello discorsivo, nelle risposte degli studenti, si rileva un uso significativo di intensificatori, ad esempio “mi ha aiutato **molto**”. La ripetizione di espressioni ricorrenti di intensificazione è semanticamente rintracciabile nell’aiuto fornito nella gestione delle “problematiche” e nella possibilità di effettuare colloqui in remoto. Invero, le aree tematiche, entro cui si delineano gli intensificatori, possono essere riassunte in:

1. gestione del problema (*“Il personale: mi sono trovata molto bene con la psicologa. Mi ha aiutato molto”*);
2. problematiche in periodo COVID-19 (*“Nonostante i colloqui effettuati tramite videochiamata a causa dell'emergenza Covid-19, il servizio si è presentato molto efficace e utile”*).

Come mostrato nell'ultimo esempio, infatti, (*“Nonostante i colloqui effettuati tramite videochiamata a causa dell'emergenza Covid-19, il servizio si è presentato molto efficace e utile”*) nel periodo COVID-19 si nota la presenza di argomentazioni e contro-argomentazioni, traducibili sintatticamente nella contrapposizione tra mitigatori (Caffi, 2013) e intensificatori. Nell'esempio espresso, il “nonostante”, che è un mitigatore, è contrapposto ad intensificatori, come “molto”. Questa contrapposizione apre ad un nuovo punto di forza valoriale del servizio, ovvero l'efficacia e l'utilità in un periodo delicato e pieno di incertezze, in cui la digitalizzazione del servizio è vissuta dagli studenti di Bari come qualcosa di inaspettato e incerto. “Nonostante” questa incertezza, il servizio diventa un'opportunità funzionante.

Per quanto riguarda gli aspetti carenti, invece, il dato interessante è che si rileva nuovamente assenza di polarizzazione negativa, con una prevalenza di neutralità.

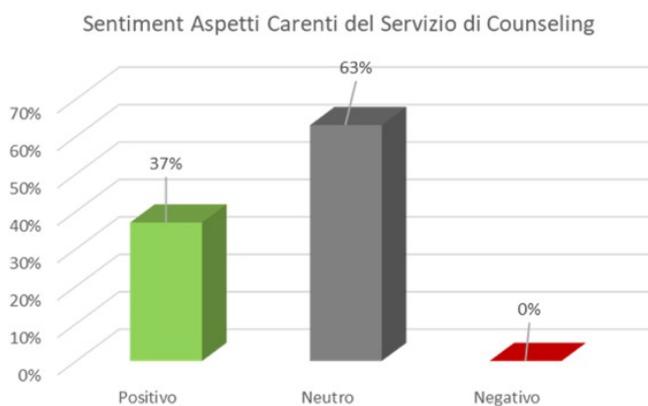


Grafico 2 - *Sentimenti aspetti carenti*



Fig. 3 - Temi degli aspetti carenti

Come si può notare dal Grafico 2, la prevalenza di neutralità (63%), nella maggior parte delle risposte, è ottenuta dall'assenza di risposte. Su 56 risposte totali, 27 studenti hanno ritenuto che il servizio di Counseling Psicologico UniBA non presenti aspetti carenti. In più, il calcolo della neutralità è riferito anche alle risposte degli studenti che hanno espresso a parole l'assenza di aspetti carenti, come nei seguenti esempi:

Es. 6 "Nessun aspetto carente".

Es. 7 "Non ci sono aspetti carenti".

Es. 8 "Non ce ne sono".

Effettuando un confronto con le tematiche espresse, nel caso degli estratti 6 e 7, ad esempio, "carent*" risulta essere polarizzato negativamente, essendo però inserito in un contesto di enunciazione con emotività mista: "nessun aspetto" polarizzato positivamente. Il calcolo della positività (37%), invece, presenta un bias, ad esempio, con il tema del "rispetto". Il termine "rispetto" presenta una significativa polarizzazione positiva, in quanto, il software effettua il *match* rispetto all'espressione "avere rispetto", con connotazione negativa. In questo specifico caso, "rispetto", rilevato come positivo dal software, ha la funzione di locuzione, nel senso di "essere in relazione a qualcuno o qualcosa", come nel seguente esempio:

Es. 9 "Rispetto agli incontri".

Un altro errore nel calcolo della positività è rilevabile nell'uso di intensificatori numerici come “raddoppiare”. Sebbene il verbo “raddoppiare” abbia valore di intensificazione, quindi tendente alla positività, nella lettura del contesto enunciativo si evince una neutralità, come mostrato nella seguente risposta:

Es. 10 *“Unico aspetto carente è il numero di colloqui, sarebbe necessario raddoppiare il numero”*.

In questo esempio, i termini presentano pesi di polarizzazione mista: “unico” con polarizzazione positiva; “colloqui” con polarizzazione neutra e “raddoppiare” positiva a confronto con “carente”, polarizzato negativamente.

A livello semantico, è interessante notare la negatività di “insufficienti” e “inferiore”. Ricostruendo il contesto di enunciazione, emerge che le tematiche a cui si agganciano i due aggettivi riguardano la numerosità degli incontri, come nel seguente estratto:

Es. 11 *“Credo che 5 sedute siano insufficienti”*.

Il numero di cinque incontri più un sesto di follow up è vissuto dagli utenti come un limite che, nella maggior parte dei casi, ha permesso di mettere a fuoco il problema e comprenderlo, ma di aver necessità di più incontri per interiorizzarlo.

Altra tematica fondamentale, ma meno ricorrente, è quella della digitalizzazione. Infatti, in un solo caso, la dematerializzazione del setting del colloquio è vissuto come un limite. Questo potrebbe essere da un lato ricondotto ad un elemento culturale degli studenti di Bari: avendo sempre vissuto un contesto universitario in presenza, il cambiamento verso la digitalizzazione è percepito come un limite. Dall'altro, la digitalizzazione diventa limitante soprattutto in situazioni in cui gli studenti abitano con altri familiari e diventa difficile trovare degli spazi e momenti in cui poter rispettare la privacy, come nel seguente esempio:

Es. 12 *“Nel mio caso specifico l'impossibilità di incontrarsi fisicamente a causa della pandemia”*.

Nell'estratto 12, sintatticamente si rilevano due termini polarizzati negativamente, ovvero “impossibilità” e “pandemia”. Essendoci la contrapposizione di termini positivi, come “caso” e “incontrarsi”, il calcolo totale del sentiment è risultato neutro. Dalla negatività, però, si comprende come il limite non sia da considerarsi un vero e proprio aspetto carente del servizio, ma della situazione di quarantena vissuta.

Per quanto riguarda le opinioni sul servizio, si rileva una polarizzazione marcatamente neutra, come si può vedere nel grafico 3.

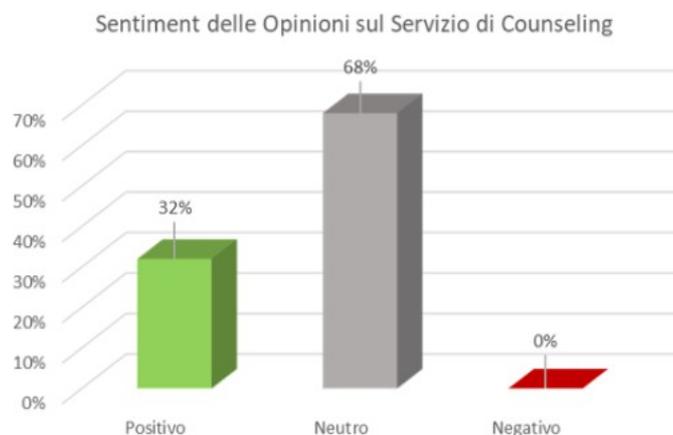


Grafico 3 - Sentimenti opinioni



Fig. 4 - Temi opinioni

Come si nota dal grafico 3, la neutralità, analogamente agli aspetti carenti, è data dalla mancanza di risposte oppure da emotività mista. E' necessario, pertanto, porre l'attenzione sui temi ricorrenti e sulle polarità, come rappresentato in figura 3. Iniziando dalle tematiche polarizzate negativamente, anche per le opinioni, è ricorrente la negatività di termini come "sofferenza", "problemativa" e "difficoltà", riferiti alle richieste di aiuto poste dagli studenti nel momento dell'accesso al servizio. Nelle opinioni, punto di contatto con gli elementi di forza del servizio è l'utilizzo di intensificatori come "molto d'aiuto" o "contribuito molto", come nel seguente esempio:

Es. 13 *“È stata una esperienza di conoscenza interiore, a cui ha contribuito molto la preparazione e la professionalità della psicologa che mi ha accompagnata in questo percorso.”*

Nel caso delle opinioni, sono stati utilizzati anche avverbi che intensificano il contenuto del messaggio, come “sorprendentemente” (*“Il servizio è stato sorprendentemente migliore a qualsiasi aspettativa”*). La misura dell’opinione riguardante la soddisfazione diventa fondamentale per “dare” voce agli studenti che hanno usufruito del percorso. Diventa, infatti, un importante strumento e questo è visibile con un leggero cambio di posizionamento, che, negli aspetti carenti e di forza è in terza persona (ad esempio con l’utilizzo di espressioni come “il servizio...” o “sarebbe opportuno”), mentre nelle opinioni si rileva un approccio di scrittura in prima persona (ad esempio “mi sono trovata”, “ritengo che”). Le opinioni, in alcuni casi, infatti, assumono una vera e propria forma narrativa di accesso all’esperienza, come nel seguente esempio:

Es. 14 *“È stato molto utile rivolgermi a questo servizio perché mi ha dato il coraggio di farlo e di chiedere aiuto ad una persona competente. Magari, senza questa possibilità, non lo avrei mai fatto”.*

Nell’estratto 14, infatti, si nota come il termine “aiuto” assuma una connotazione fortemente positiva, con il significato di ‘ricevere sostegno’. Nell’accesso all’esperienza orientata al Sé, vi è anche il riferimento ad una virtù sociale, quale quella della gratitudine (Farneti, 2016). La gratitudine è rilevabile in alcune risposte degli studenti, nelle quali ringraziano l’Istituzione universitaria per questa “opportunità”, come nel seguente estratto:

Es. 15 *“Grazie per questa opportunità”.*

Anche nelle opinioni, non mancano riferimenti alla dematerializzazione e digitalizzazione dei colloqui, come nel seguente esempio:

Es. 16 *“Mi sono trovata molto bene sin dall’inizio, tenuto presente le norme vigenti e quindi colloqui online. Mi sono sentita capita dalla specialista sin dall’inizio”.*

Per quanto riguarda le proposte di modifica, infine, si rileva una tendenza simile a quella delle opinioni, con meno distacco tra neutralità e positività. Come si può vedere dal grafico 4 e dalla figura 5, la negatività risulta assente.

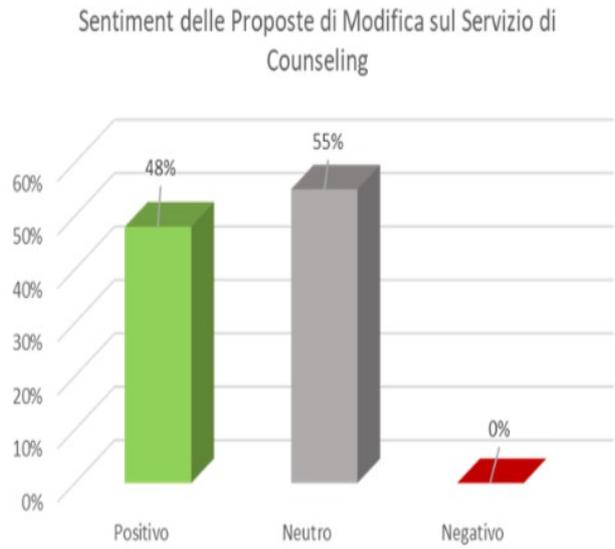


Grafico 4 - Sentimenti proposte di modifica



Fig. 5 - Temi proposte di modifica

Per quanto riguarda la richiesta di proposte di modifiche, inoltre, il grafico 4 mostra come il sentiment risulti prevalentemente neutro (55%) o positivo (48%). Dalla considerazione dei temi ricorrenti, infatti, si nota

una positività su termini come “ottimo risultato” e “figura di riferimento”. Uno dei temi di positività e, quindi, di soddisfazione degli studenti è il rapporto con il consulente, a cui si aggiunge anche la celerità di presa in carico, soprattutto in un periodo delicato, come quello legato alla pandemia di COVID-19. La neutralità, in questo caso, è data dall’uso ricorrente di mitigatori. Mentre nella sezione delle opinioni, gli utenti hanno fornito un accesso soggettivo all’esperienza, nel caso delle proposte di modifica, l’impiego dei mitigatori assolve a due funzioni:

1. attenuare il contenuto del messaggio;
2. prendere le distanze da ciò che si sta comunicando.

Questo è rintracciabile nell’impiego ricorrente di verbi al condizionale, come “porterei”, “aumenterei”, “eliminarrei” e anche nell’uso di avverbi, come “eventualmente” o “magari”, e potrebbe dipendere dal fatto che, non sempre, gli studenti si sentono ascoltati e compresi, ma soprattutto co-costruttori attivi di un processo, come quello di modifica di alcuni aspetti di un servizio. Tra le proposte di modifica, si rintracciano nuovamente i riferimenti al numero degli incontri o alla maggiore pubblicità e diffusione del servizio.

Discussione dei risultati e conclusione

Il counseling in ambito universitario si pone come intervento di valorizzazione e supporto degli aspetti positivi, dell’esperienza positiva di accettazione, della fiducia, dell’apprezzamento, dell’incoraggiamento (Marocco Muttini, 1997).

Un punto di svolta significativo del Counseling psicologico in ambito universitario si verifica nel 2020, a seguito della dichiarazione di pandemia da COVID-19 e dell’impiego di politiche restrittive che limitano drasticamente i contatti sociali. Il distanziamento fisico tra persone, infatti, porta ad un nuovo modo di ripensare il Counseling psicologico universitario, imponendo la messa a punto un setting virtuale ‘a distanza’, di fatto, esclusivo.

Partendo da questo panorama, il presente studio mira ad indagare il costruito di “soddisfazione” degli studenti che hanno usufruito del servizio di Counseling Psicologico dell’Università degli Studi di Bari, durante il periodo della prima ondata della pandemia da COVID-19. Nella ricerca, infatti, è stato analizzato quanti-qualitativamente il questionario di soddisfazione, somministrato, al termine del percorso, agli studenti. Le risposte al questionario, composto da domande richiedenti una risposta qualitativa, sono state esaminate prendendo in considerazione le sottodi-

mensioni: aspetti positivi; aspetti negativi; opinioni e suggerimenti di modifica. Sui testi delle risposte degli studenti sono state applicate la Sentiment Analysis automatica e l'Analisi Critica del Discorso.

Dalle analisi quanti-qualitative emergono dei valori di soddisfazione riguardo la fruizione del servizio di Counseling Psicologico UniBA, questo dimostra che lo strumento qualitativo è un buon mezzo per valutare la soddisfazione: ciò risponde al secondo obiettivo dello studio. I valori di soddisfazione rintracciati rientrano in due frame di significato, che sono tra loro comunicanti, ovvero la richiesta di aiuto e l'esperienza di counseling al tempo del COVID-19. In questi due quadri di interpretazione, si delinea l'attenzione degli studenti dell'Università degli Studi di Bari verso la professionalità degli operatori e la qualità del servizio. Interessante è notare come, sempre a livello valoriale, la qualità del servizio è intesa più come competenza dei professionisti coinvolti e solo successivamente come possibilità di ricevere un servizio gratuito. La gratuità diventa un valore, in quanto, nella cultura occidentale e, soprattutto nel Sud Italia, un servizio gratuito è rappresentato come un'opportunità di scarsa qualità (Lazzarini, 2003), in cui prevale il disservizio. Questa risulta essere una prima spiegazione culturale nella valutazione del servizio.

Per quanto riguarda il primo obiettivo della ricerca, invece, i risultati, dimostrano che la gratuità come valore, la qualità del servizio e la professionalità degli operatori presentano polarizzazione positiva e sono le tematiche maggiormente ricorrenti, da cui poter partire per investire ancora di più nel servizio. Un altro tema valoriale fondamentale diventa la "comprensione", intesa come la creazione di un contesto in cui lo studente non si sente giudicato, come si può immaginare, nel senso comune, dall'Istituzione universitaria: la creazione, cioè, di un contesto protetto in cui lo studente può essere accolto nella sua unicità e non come un numero che attesti la sua performance ad un esame.

Il quadro di significato dell'esperienza di counseling al tempo del COVID-19, invece, risulta essere incerto e con valori opposti che mirano a rilevare i rischi e le opportunità della digitalizzazione del servizio e della dematerializzazione del setting. Questo dipenderebbe sia da un elemento culturale proprio degli studenti di Bari, abituati a frequentare un contesto universitario in presenza, sia all'impossibilità di avere in casa uno spazio utile per proteggere la propria privacy, in quanto molti studenti abitano con i loro genitori. Anche in questa situazione delicata, dall'analisi delle dimensioni rintracciate di soddisfazione emerge che il servizio di Counseling Psicologico UniBA diventa una "risorsa" per affrontare problematiche universitarie e personali, ma soprattutto è utile per sentirsi "compresi" in un contesto che, seppur diverso e nuovo, "dovreb-

be essere fatto conoscere a tutti gli studenti”. L’espressione valoriale della soddisfazione degli studenti fruitori del servizio di Counseling Psicologico UniBA è sintetizzata in figura 6:



Fig. 6 - Rappresentazione grafica dei risultati qualitativi

Dalla rappresentazione si evince, quindi, che le due sfere di significato siano comunicanti e che una non esclude l'altra, ma che, soprattutto, per gli studenti, il servizio di Counseling Psicologico UniBA diventa una reale opportunità, soprattutto nel periodo di lockdown dovuto alla pandemia. La ricerca non ha presentato particolari limiti metodologici, per cui la misurazione qualitativa di raccolta dati risulta essere uno strumento efficace di analisi della soddisfazione del servizio di counseling psicologico. Il presente studio si apre a prospettive future che includano ulteriori studi di monitoraggio della soddisfazione con un campione più ampio e approfondimenti delle differenze tra il primo lockdown e il secondo periodo di adozione di misure restrittive. Inoltre, sarà fondamentale il confronto tra la soddisfazione del servizio a distanza e la soddisfazione del servizio in presenza, ma anche la soddisfazione nel periodo di lockdown e di apertura.

Infine, il contributo fornito dallo studio sulla soddisfazione del Servizio di Counseling Psicologico UniBA sottolinea come la presenza di un Servizio di Counseling Psicologico in università sia un modo per occuparsi del benessere psicologico degli studenti, soprattutto in una situazione di emergenza. In particolare, quest'ultimo aspetto, che emerge dall'analisi della soddisfazione, diventa fondamentale, in quanto, nel periodo COVID-19 si rileva un cambiamento non solo nella gestione della domanda d'aiuto, in questo specifico caso, degli studenti universitari. A

modificarsi risulta essere la stessa domanda d'aiuto degli studenti universitari che si trovano a far fronte ad un'incertezza legata, da un lato allo stesso percorso di studi, dall'altro all'esigenza continua di ri-orientamento personale. Il Counseling Psicologico UNIBA, infatti, ha cercato di rispondere a questo modificarsi delle richieste, prendendosi cura del benessere psicologico dello studente richiedente. Invero, l'obiettivo di qualsiasi servizio che si occupa di relazioni d'aiuto è quello di considerare la pandemia da COVID-19 non solo come un'emergenza medico-sanitaria, ma anche come un'emergenza psicologica: estendendo, così, il benessere (universitario) anche alla sfera psicologica.

Riconoscimenti

Agli operatori del Servizio di Counseling Psicologico UniBA: Maria Teresa Abbruzzese, Daniela Addante, Valentina Amoruso, Daniela Bafunno, Marinella Balzano, Francesca Caporale, Gaetano Ciancio, Mariangela Cotella, Giulia Lattanzi, Adriana Nitti, Davide Pepe, Maria Concetta Scuccimarri, Luciana Stagno, Bruna Toma.

Bibliografia

- Backels, K., & Wheeler, I. (2001). Faculty perceptions of mental health issues among college students. *Journal of College Student Development*, 42, 173-176.
- Biasi, V. (2019). Counselling universitario e orientamento. *Strumenti e rilevazioni empiriche*. Milan: LED.
- Biasi, V., Patrizi, N., De Vincenzo, C., & Mosca, M. (2017). I colloqui di orientamento per facilitare il successo accademico: una indagine sperimentale. *Journal of Educational, Cultural and Psychological Studies (ECPS Journal)*, 1(15), 215-228.
- Blom, S. D., & Beckley, S. L. (2005). 6 major challenges facing student health programs. *The Chronicle of Higher Education*, p. B25.
- Bundy, A. P., & Benschoff, J. M. (2000). Students' perceptions of need for personal counseling services in community colleges. *Journal of College Counseling*, 3, 92-99.
- Caffi, C. (2013). 7. Mitigation. *Pragmatics of speech actions*, 2, 257.
- Corposanto C. (2006). La valutazione della qualità in sanità. Alcune riflessioni teoriche. [The quality evaluation in Healthcare]. *Difesa Sociale*, 1-2(LXX-XV), 11-32.
- Cowling, B. J., Ali, S. T., Ng, T. W., Tsang, T. K., Li, J. C., Fong, M. W., ...& Wu, J. T. (2020). Impact assessment of non-pharmaceutical interventions against coronavirus disease 2019 and influenza in Hong Kong: an observational study. *The Lancet Public Health*. DOI: 10.1016/S2468-2667(20)30090-6.

- De Ambrogio U. (2000). L'approccio umanistico partecipativo [*The Humanistic participatory approach*]. In: Ranci Ortigosa E., a cura di, *La valutazione di qualità nei servizi sanitari* [The Quality Evaluation of Health Services]. Milano: FrancoAngeli, pp. 185-217.
- Edlund, M. J., Young, A. S., Kung, F. Y., Sherbourne, C. D., & Wells, K. (2003). Does satisfaction reflect the technical quality of mental health care? *Health Services Research*, 38, 631-645.
- Farneti, P. (2016). *Gratitudine, dono, perdono, spiritualità.: Le emozioni positive nella vita individuale e sociale*. Milano: FrancoAngeli.
- Favretto, G. (2007). *Organizzare la soddisfazione in sanità*. Milano: FrancoAngeli.
- Fulcheri, M., & Torre, E. M. T. (2002). Il counseling come strumento e come servizio per gli studenti del corso di laurea in Medicina e Chirurgia. In 5. *Congresso nazionale di Psichiatria forense" Farmacoterapia e psicoterapia: un approccio integrato"* (pp. 104-105). Tipografia Editrice Giovanni Gallizzi.
- Garland, A. F., Haine, R. A., & Boxmeyer, C. L. (2007). Determinates of youth and parent satisfaction in usual care psychotherapy. *Evaluation and Program Planning*, 30, 45-54.
- Geraghty, M. (1997). Campuses see steep increase in students seeking counseling. *The Chronicle of Higher Education*, p. A32.
- Holmes, E. A., O'Connor, R. C., Perry, V. H., Tracey, I., Wessely, S., Arseneault, L., ... & Ford, T. (2020). Multidisciplinary research priorities for the COVID-19 pandemic: a call for action for mental health science. *The Lancet Psychiatry*. DOI: 10.1016/S2215-0366(20)30168-1.
- Hoover, E. (2003b, December 5). More help for troubled students. *The Chronicle of Higher Education*, pp. A25-A26.
- Kaplan, D. M., Tarvydas, V. M., & Gladding, S. T. (2014). 20/20: A vision for the future of counselling. The new consensus definition of counselling. *Journal of Counselling & Development*, 92(3), 366-372. <https://www.counselling.org/knowledge-center/20-20-a-vision-for-the-future-of-counselling/consensusdefinition-of-counselling>.
- Jobes, D. A., Jacoby, A. M., Cimboic, P., & Husted, L. A. T. (1997). Assessment and treatment of suicidal clients in a university counseling center. *Journal of counseling psychology*, 44(4), 368.
- Kaneklin C. (2000). Valutazione e qualità nei servizi. Valutare il valore del servizio. [Services Evaluation and Quality. Evaluating the Service Value]. In: Regalia C. e Bruno A., a cura di, *Valutazione e qualità nei servizi. Una sfida attuale per le organizzazioni* [Services Evaluation and Quality. A Current Challenge for the organizations]. Milano: UNICOPLI, pp. 29-42.
- Kessler, R. C., & Mroczek, K. (1995). Measuring the effects of medical interventions. *Medical Care*, 33, 109-119.
- Kwan, V. S., Bond, M. H., & Singelis, T. M. (1997). Pancultural explanations for life satisfaction: adding relationship harmony to self-esteem. *Journal of personality and social psychology*, 73(5), 1038.

- Lambert, W., Salzer, M. S., & Bickman, L. (1998). Clinical outcome, consumer satisfaction, and ad hoc ratings of improvement in children's mental health. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 66, 270-279.
- Lawrence, L. (2014). *Reliability of sentiment mining tools: a comparison of semantic and social mention* (Bachelor's thesis, University of Twente).
- Lazzarini, G. (2003). *Universi solidali: il terzo settore tra gratuità e organizzazione efficiente*. EGA.
- Mari, S., & Scarpaci, A. (2020). *COVIDiSTRESS Global Survey Consortium Studio sui correlati psicologici della pandemia*, 1(1), 1-20. DOI: 10.13140/RG.2.2.25687.70560.
- Marocco Muttini, C. (1997). *Disagio adolescenziale a scuola*. Torino: UTET
- Miller, G. M., and Wooten, H. R. (1995). Counseling: A New Counseling Specialty Area. *Journal of Counseling and Development*, 74, 172-173.
- Morana, M. T. (1997). *Aspetti e misure della customer satisfaction/dissatisfaction*. CERIS.
- Murphy, M. C., & Martin, T. L. (2004). Introducing a team-based clinical intake system at a university counseling center: A good method for handling client demand. *Journal of College Student Psychotherapy*, 19(2), 3-13.
- Nero, G., Tanese, A., Gramigna, A. (2003) *La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche*. Soveria Mannelli: Rubbettino Editore.
- Ogles, B. M., Lambert, M. J., & Fields, S. A. (2002). *The essentials of outcome assesment*. Hoboken: Wiley.
- Oliveira, D. P., Klinger, E. F., Rodrigues, G. A., Oliveira, A. L. L. S., Adriano, D. M., Milhomem, L. F. B., ... & Oliveira, M. G. (2020). Psychological Counseling in Contemporaneity: A Psychoanalytic Perspective. *International Neuropsychiatric Disease Journal*, 36-41.
- Patterson L., Eisenberg S. (1988). *The counseling process*. São Paulo: Martins Editors.
- Petitpas, A. J., Buntrock, C. L., Van Raalte, J. L., and Brewer, B. W. (1995). Counseling Athletes: A New Specialty in Counselor Education. *Counselor Education and Supervision*, 34, 214-219.
- Shriberg, A., and Brodzinski, F. R. (eds.) (1984). *Rethinking Services for College. New Directions for Student Services*, 28. San Francisco: Jossey-Bass.
- Turchik, J. A., Karpenko, V., Ogles, B. M., Demireva, P., & Probst, D. R. (2010). Parent and adolescent satisfaction with mental health services: Does it relate to youth diagnosis, age, gender, or treatment outcome?. *Community Mental Health Journal*, 46(3), 282-288.
- Turner, A. L., & Quinn, K. F. (1999). College students' perceptions of the value of psychological services: A comparison with APA's public education research. *Professional Psychology: Research and Practice*, 30(4), 368.
- Weiss, G., & Wodak, R. (Eds.). (2007). *Critical discourse analysis*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Zeithaml V. A., Leonard L. B., Parasuraman, A. (1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52, 35-48.