

# LE CONOSCENZE POLITICHE DELL'ELETTORE ITALIANO: UNA MAPPA COGNITIVA

di Donatella Campus

## *La prospettiva cognitiva e lo studio del comportamento politico*

A partire dalla seconda metà degli anni ottanta, la scienza politica americana ha assistito alla nascita e al rapido sviluppo di un nuovo settore di studio indicato come «cognizione politica» (*political cognition*). A giudicare dalla frequenza e dal numero degli articoli in materia apparsi su riviste come l'«American Political Science Review» e l'«American Journal of Political Science»<sup>1</sup>, l'approccio cognitivo rappresenta oggi una tendenza assai diffusa tra gli studiosi del comportamento politico, soprattutto per quanto riguarda l'analisi del voto e degli orientamenti politici dei cittadini.

In psicologia la prospettiva cognitiva si è imposta sul paradigma behaviorista alla luce della considerazione che l'effettiva spiegazione del comportamento umano non può prescindere dalla comprensione di come gli individui percepiscono e rap-

*Una prima versione di questo saggio è stata presentata al «26th Ecpr Joint Sessions», Warwick, 23-28 marzo 1998. Sono grata ai partecipanti al workshop «Italy: Changes, Constraints and Choices», diretto da David Hine e Leonardo Morlino, per gli spunti che mi hanno offerto durante la discussione del mio paper. Ringrazio l'Istituto Cattaneo di Bologna per aver messo a disposizione i dati che hanno permesso lo svolgimento della ricerca e gli anonimi referees della Risp per le utili indicazioni. Desidero poi ringraziare in special modo il Professor Roberto Cartocci per i numerosi e preziosi suggerimenti. Ovviamente la responsabilità del contenuto del saggio è interamente mia.*

<sup>1</sup> A parte tre volumi di saggi che segnano le fasi principali della letteratura della cognizione politica (Lau e Sears 1986; Sniderman *et al.* 1991; Lodge e McGraw 1995), il contributo dato da questa tradizione di ricerca è per lo più disseminato in numerosi articoli apparsi su riviste di scienza politica e psicologia politica. Limitando l'analisi alle due riviste citate nel testo, segnalo: Conover e Feldman (1984); Simon (1985); Hamill, Lodge e Blake (1985); Lodge e Hamill (1986); Miller *et al.* (1986); Conover e Feldman (1989); Lodge, McGraw e Stroh (1989); Erber e Lau (1990); Kuklinski *et al.* (1991); Lodge *et al.* (1991); Markus e MacKuen (1993); Rahn (1993); Lupia (1994); Lodge *et al.* (1995); Nadeau *et al.* (1995); Lau e Redlawsk (1997).

presentano il mondo che li circonda. Il concetto chiave dell'approccio cognitivo è l'*information-processing*, cioè l'elaborazione dell'informazione. Si assume, infatti, che l'individuo riceva dal mondo esterno una serie di informazioni che egli seleziona, memorizza e organizza in strutture di conoscenza. Queste strutture di conoscenza, in quanto rappresentazioni semplificate della realtà, condizionano poi le sue decisioni e le sue scelte. L'obiettivo dell'approccio cognitivo è quindi descrivere le strategie con cui l'informazione viene raccolta, organizzata e successivamente utilizzata per interpretare nuovi eventi (*information-processing models*). Tutto ciò avviene alla luce dell'assunto che le capacità razionali degli esseri umani sono in effetti limitate (essi sono cioè *cognitive misers*), sia per quanto riguarda la soglia di attenzione sia per quanto riguarda l'elaborazione dell'informazione. Proprio questi limiti costituiscono la principale ragione per cui gli individui tendono a mettere in atto meccanismi volti a semplificare il complesso mondo reale. In questo senso, i processi di elaborazione dell'informazione sono spesso significativamente indicati come «scorciatoie cognitive» (*cognitive shortcuts*), proprio per evidenziare il fatto che gli individui cercano di acquisire l'informazione occorrente a prendere le loro decisioni con il minore dispendio possibile di tempo, energia e risorse economiche<sup>2</sup>.

Vi sono molteplici ragioni per ritenere che i modelli dell'*information-processing* siano in grado di dare un importante contributo alla spiegazione del comportamento politico. Il tradizionale approccio behaviorista ha sempre diretto l'attenzione più al risultato delle decisioni degli individui che alla ricostruzione dei processi decisionali stessi, visti come il contenuto di una «scatola nera», così definita appunto a indicarne la presunta inintelligibilità. Una più approfondita indagine del ragiona-

<sup>2</sup> A partire dagli anni cinquanta numerosi psicologi e economisti hanno collaudato empiricamente il modello della scelta razionale, scoprendo che gli individui sono irrazionali in modo sistematico, cioè tendono ad adottare e ripetere particolari regole e procedure. A seguito di questi primi risultati, Herbert Simon sostituì il principio di massimizzazione dell'utilità con il principio del *satisfying* proprio al fine di rendere conto dei limiti cognitivi degli individui (Simon 1957). Secondo questa prospettiva, comunemente indicata come modello della razionalità limitata, gli attori razionali in realtà non esaminano tutta l'informazione disponibile, né valutano tutte le alternative onde poter individuare la miglior soluzione possibile, bensì utilizzano *euristiche*, o scorciatoie cognitive, per raggiungere una decisione comunque soddisfacente. Per una rassegna completa degli studi empirici sulla razionalità limitata e sulle euristiche, cfr. Nisbett e Ross (1980) e Payne *et al.* (1992).

to umano potrebbe tuttavia gettare nuova luce su diverse questioni di pertinenza degli scienziati politici, come la formazione degli atteggiamenti politici e la decisione di voto; allo stesso modo, gli studiosi delle istituzioni necessitano di investigare a fondo i processi decisionali di politici e burocrati. L'approccio cognitivo si ripromette appunto di «aprire la scatola nera» e di fornire una spiegazione di come i singoli attori percepiscono il contesto politico (Lodge, Stroh e Wahlke 1990; Lodge e McGraw 1995). In questo modo, è possibile andare oltre la semplice *predizione* dei comportamenti ed arrivare ad una migliore *comprensione* di come e perché gli individui si comportano in un certo modo e fanno determinate scelte.

Secondo l'approccio dell'*information-processing*, comprendere come gli individui percepiscono il contesto politico significa spiegare come il mondo reale viene mentalmente raffigurato, ovvero come l'informazione raccolta viene organizzata in memoria. La maggior parte di questi modelli assume l'esistenza di strutture cognitive chiamate schemi (*schemata*)<sup>3</sup>. La teoria degli schemi, che in ultima analisi consiste in una sorta di operativizzazione di ciò che Kant definì categorizzazione dell'esperienza<sup>4</sup>, descrive gli schemi come strutture di conoscenza che contengono tutti gli attributi riferiti ad un certo concetto (Fiske e Taylor 1984). Rispetto al contesto politico e con particolare riferimento al problema del voto, ciò significa che gli schemi raccolgono fatti, figure e immagini concernenti particolari aspetti della politica: ad esempio, i partiti, i candidati, i leader, e così via. Ogni schema comprende «un'etichetta che identifica l'oggetto a cui lo schema si riferisce, una definizione generale di quest'oggetto e una serie di interconnessioni che mettono in relazione l'oggetto dello schema con specifici esempi e caratteristiche» (Lau 1986, 95).

Gli schemi influenzano le funzioni cognitive dell'elettore: innanzitutto, determinano quali tra le informazioni che bersa-

<sup>3</sup> La nozione di schema non è stata esente da critiche – cfr. Kuklinski *et al.* (1991) – in quanto sarebbe un concetto non sufficientemente precisato in sede operativa e perciò sfuggente ad una rilevazione puntuale. Benché la maggior parte di queste critiche siano in realtà poco incisive (come è stato ampiamente argomentato da Lodge *et al.* 1991), la ricerca più recente si sta muovendo verso definizioni più complesse e accurate delle strutture di conoscenza, come l'*associative network model* (Lodge e McGraw 1995). Va comunque detto che non si tratta di modelli concettualmente alternativi, ma di più precise specificazioni delle forme che lo schema può assumere.

<sup>4</sup> Il debito teorico della teoria degli schemi verso il Kant della *Critica della ragion pura* è esplicitamente riconosciuto da Hamill, Lodge e Blake (1985, 851).

gliano il soggetto verranno effettivamente raccolte e memorizzate. È chiaro che individui diversi hanno schemi diversamente sviluppati così come alcuni individui possiedono più schemi di altri. Ad esempio, nell'ascoltare un candidato che illustra il suo programma, l'elettore presterà attenzione ad aspetti diversi a seconda degli schemi politici che possiede: se ha sviluppato uno schema incentrato sulle *issues*, registrerà quali sono le politiche che il candidato vuole promuovere e le confronterà colle sue stesse opinioni in materia; se ha sviluppato uno schema incentrato sulle caratteristiche personali del candidato, osserverà il grado di sicurezza e disinvoltura con cui il candidato espone le sue idee; se ha un forte schema riferito ai partiti, vorrà subito sapere a quale partito il candidato appartiene e confronterà le sue posizioni con quelle del partito. In sintesi, gli schemi filtrano l'informazione che l'individuo riceve e stabiliscono a che tipo di propaganda egli è maggiormente sensibile.

La seconda funzione degli schemi è quella di generare inferenze. Quando infatti l'informazione non è completa, l'individuo riempie questi vuoti usando le informazioni già categorizzate nello schema pertinente alla situazione. La valutazione dei candidati è spesso guidata da un ragionamento inferenziale. Ad esempio, se si menziona un senatore ad un cittadino americano, egli probabilmente penserà che ci si stia riferendo ad un uomo, in quanto è stato rilevato che il sesso maschile è il valore di *default* contenuto nello schema che l'americano medio ha del concetto di senatore (Conover e Feldman 1986, 131).

Gli schemi determinano quali considerazioni entrano in gioco al momento della decisione di voto: si presume, infatti, che, più uno schema è sviluppato, più l'aspetto a cui si riferisce è importante agli occhi dell'elettore. È probabile che chi sviluppa uno schema incentrato sulle *issues*, ad esempio, sia un elettore che sceglie sulla base dei programmi. Allo stesso modo, chi presta molta attenzione alle caratteristiche dei candidati e quindi possiede uno schema sui candidati è più incline di altri ad esprimere un voto di tipo personale (*candidate voting*). In questo senso, lo studio della conoscenza organizzata per schemi può offrire preziose indicazioni sulle motivazioni di voto, integrando così più consolidate tradizioni di ricerca che conducono analisi a livello aggregato. È importante sottolineare che l'approccio cognitivo non ha e non può avere pretese di elaborare nuovi e più accurati modelli predittivi; il suo scopo è piuttosto quello di offrire una descrizione verosimile di come gli elettori

decidono per chi votare e in questo modo mostrare come processi a livello micro contribuiscano a dare vita a fenomeni complessi e multidimensionali come il voto (Lodge e McGraw 1995, 2).

In quest'ottica, la prospettiva dell'*information-processing*, rispetto a quanto ora in uso negli studi del comportamento politico, comporta un maggior pluralismo metodologico. Infatti, le *survey* tradizionali non sono in grado di rivelare molto delle strutture di conoscenza degli individui e delle strategie con cui raccolgono ed elaborano l'informazione. Innanzitutto, essendo generalmente molto strutturata e a risposte chiuse, la *survey* classica è poco sensibile alle differenze individuali. In secondo luogo, le analisi su di essa condotte non sono orientate alla ricostruzione dei processi mentali dei singoli intervistati. Come ben sa chiunque abbia pratica di interviste strutturate, anche la lettura delle risposte di un intervistato consente di farsi un'idea, seppure rudimentale, dei suoi atteggiamenti, delle sue priorità, ovvero dei suoi schemi. Nella *survey*, tuttavia, questa unitarietà dell'immagine – ricostruita in base a ciascuna riga della matrice dati – viene inevitabilmente perduta nel passaggio dalla fase di raccolta a quella dell'analisi dei dati – che viene condotta per colonne della matrice – frantumando così i dati relativi ai singoli intervistati. Nessuna tecnica di analisi multivariata potrà poi ricostruire queste individualità perdute, neppure le tecniche della famiglia della *cluster analysis* (Biorcio 1993) che tutt'al più possono categorizzare i casi sulla base dei valori assunti su un set di variabili cardinali. In conclusione, benché le *survey* abbiano un ruolo importante nello studio dell'opinione pubblica e del comportamento elettorale, quando l'oggetto della rilevazione sono i processi cognitivi è opportuno integrare l'analisi con esperimenti di laboratorio condotti su piccoli gruppi, o con altre tecniche intensive come i *focus groups* o le interviste in profondità<sup>5</sup>. Attualmente al centro della discussione, in quanto tecnica nuova e promettente, è poi la «*survey* sperimentale» che costituisce una sorta di compromesso tra il classico sondaggio e le tecniche più

<sup>5</sup> Per una discussione sulle interviste in profondità come strumento di indagine, si veda il classico Schwartz e Jacobs (1979). Tra gli esempi di applicazione della tecnica delle interviste in profondità allo studio degli atteggiamenti politici, cfr. il classico studio di Lane (1962) e, tra i contributi più recenti, Graber (1988) e Neuman, Just e Crigler (1992), entrambi incentrati sull'influenza dei mass media sul ragionamento politico. Merton *et al.* (1990) e Krueger (1994) offrono un'esposizione chiara e dettagliata della tecnica del *focus group*.

rispettose delle specificità individuali. Col supporto delle recenti tecniche di computerizzazione dell'intervista telefonica è infatti possibile lavorare su campioni rappresentativi ricreando alcune delle condizioni dell'esperimento di laboratorio (variazioni delle domande e del loro ordine, rilevazione dei tempi di reazione degli intervistati, e così via) (Piazza *et al.* 1989).

### *La rilevazione degli schemi politici dell'elettore italiano*

La ricerca qui esposta si colloca nella prospettiva dei modelli della cognizione politica: lo scopo dell'analisi è stato infatti quello di evidenziare quali aspetti del processo con cui gli individui raccolgono e categorizzano l'informazione sono importanti per far luce sullo stato delle conoscenze politiche del pubblico italiano. La conoscenza politica del singolo individuo è talvolta definita come l'insieme delle nozioni in materia da lui accumulate in memoria e, quindi, misurata attraverso domande specifiche sulle cariche politiche, la struttura e l'organizzazione dello stato, e così via. In questo caso, invece, si prenderà in esame una definizione alternativa di conoscenza politica, quella *organizzata per schemi*, accogliendo così l'ipotesi che siano gli schemi, in quanto strutture cognitive incentrate sugli aspetti salienti della politica, ad influenzare le valutazioni che l'individuo dà del contesto politico nonché a condizionare le sue decisioni di voto<sup>6</sup>.

L'analisi assume un'ottica sincronica: sono stati infatti rilevati gli schemi politici del pubblico italiano in un particolare momento nel tempo, alcune settimane dopo le elezioni del 1996. Dopodiché si è anche cercato di interpretare i risultati in una prospettiva dinamica allo scopo di valutare se i radicali cambiamenti del sistema politico avvenuti negli anni novanta hanno modificato il ragionamento politico dei cittadini. Senza dubbio la peculiarità del caso italiano è quella di offrire al ricer-

<sup>6</sup> Neuman (1986) presenta un'accurata e approfondita rassegna delle definizioni di conoscenza politica apparse in letteratura fino ai primi anni ottanta. Egli distingue tra definizioni basate su un'idea di conoscenza politica di tipo *nozionistico* (misurata appunto attraverso domande sulle cariche politiche, sulla struttura dello stato, e così via) e definizioni basate su un'idea di conoscenza politica *concettualizzata* la quale «riflette la propensione degli individui ad usare concetti astratti nel valutare le questioni politiche» (Neuman 1986, 57, traduzione mia). La mia definizione di conoscenza organizzata per schemi ovviamente rientra a pieno titolo nel secondo gruppo. Per una rassegna dei contributi più recenti in materia, cfr. Delli Carpini e Keeter (1993).

catore la rara opportunità di studiare il processo di apprendimento di elettori che, privati di molti dei punti di riferimento assimilati nel corso degli anni, si ritrovano a dover ricostruire in tempi brevi una mappa di conoscenze che consenta loro di orientarsi in un contesto politico caratterizzato da nuovi attori e nuove regole.

Esistono diverse tecniche per rilevare l'esistenza degli schemi politici e studiare come sono organizzati. Per le ragioni illustrate nel paragrafo precedente, gli esperimenti di laboratorio risultano particolarmente adatti a ricostruire i processi di formazione ed evoluzione degli schemi (Conover e Feldman 1984; Lodge e Hamill 1986). Altrettanto in uso è l'impiego di domande del tipo «Cosa pensi del tal partito?» o «Cosa ti piace e cosa non ti piace del tal candidato?». Si ritiene infatti che, se gli intervistati sono lasciati liberi di rispondere come desiderano a queste domande, essi menzionano ciò che viene loro in mente con più facilità. L'immediata disponibilità con cui gli argomenti vengono richiamati rifletterebbe l'esistenza di certi schemi e sarebbe indicativa del loro contenuto.

Domande a risposta aperta sugli atteggiamenti nei confronti dei principali attori politici possono essere poste sia in inchieste campionarie sia in interviste in profondità per analisi intensive su piccoli gruppi. Benché vi siano studi assai interessanti compiuti su dati provenienti da *survey* (Miller e Asp 1985; Lau 1986; Miller 1986), le tecniche intensive sono senz'altro da preferire quando si voglia non solo rilevare l'esistenza degli schemi, ma anche rendere conto del loro contenuto, guadagnando così in accuratezza ciò che si perde in estensione e capacità di generalizzare. Nella ricerca qui esposta si è seguita questa seconda via: è stato analizzato un gruppo di interviste in profondità condotte dall'Istituto Cattaneo poche settimane dopo le elezioni del 1996<sup>7</sup>. Il questionario comprendeva una serie di domande riguardanti le opinioni degli intervistati sui principali attori politici (Forza Italia, Pds, Ccd-Cdu, Popolari, Lega Nord, Rifondazione Comunista, Alleanza Nazionale); sui rispettivi leader

<sup>7</sup> Le 84 interviste sono state suddivise tra cinque comuni: Milano, Verona, Trento, Parma, Napoli. Rispetto a sesso, età ed istruzione il campione è stato costruito per quota. Per quanto riguarda la rilevazione degli schemi politici sono state codificate solo le risposte di 61 intervistati, essendo state le rimanenti interviste condotte con una procedura leggermente diversa che impediva una codifica uniforme. Tutte e 84, invece, sono state prese in considerazione sia per quanto riguarda i riferimenti qualitativi relativi al contenuto degli schemi sia per altri dati precisati nel testo.

(Berlusconi, D'Alema, Casini-Buttiglione, Prodi, Bossi, Bertinotti, Fini); sul candidato votato nel voto maggioritario alla Camera. L'esatta formulazione della domanda era: «Cosa le piace e/o le dispiace del tal partito?... del tal leader?... del tal candidato?». Le risposte a queste domande sono state esaminate col l'intento di rilevare gli schemi politici degli intervistati.

La letteratura sugli schemi politici mostra che il modo di codificare le risposte a questo tipo di domande può variare (Miller e Asp 1985; Lau 1986; Miller 1986; Conover e Feldman 1986). In generale, l'indicatore dell'esistenza di uno schema cognitivo è dato dal contenuto dei commenti mentre il grado di sviluppo è misurato dalla numerosità dei dettagli menzionati. Seguendo l'esempio di Miller e Asp (1985), ho esaminato le risposte degli intervistati classificando ogni commento come appartenente ad una delle seguenti categorie: 1) commenti riferiti ad un partito, alla sua ideologia, ai suoi valori e ai suoi orientamenti generali; 2) commenti riferiti a specifiche *issues*; 3) commenti riferiti alle caratteristiche personali di un leader; 4) commenti riferiti alle caratteristiche personali del candidato nel collegio. Dopo aver proceduto alla codifica di tutte le risposte, ad ogni intervistato viene così attribuito un punteggio per la categoria 1, un punteggio per la categoria 2, e così via, intendendo questi punteggi come corrispondenti al numero di commenti che ricadono nelle rispettive categorie. Si dividono poi questi punteggi per il numero di oggetti politici su cui era stata chiesta un'opinione (7 partiti, 7 leader, 1 candidato) in modo da ottenere quattro valori medi: il numero medio di commenti generali riferiti ai partiti; il numero medio di commenti riferiti alle *issues*; il numero medio di commenti riferiti alle caratteristiche personali dei leader; il numero medio di commenti riferiti alle caratteristiche personali del candidato.

L'effettiva codifica dei commenti espressi dagli intervistati in realtà ha portato all'assegnazione di soltanto due punteggi rilevanti: uno corrispondente al numero di commenti riferiti alle caratteristiche generali dei partiti; l'altro al numero di commenti riferiti alle caratteristiche personali dei leader. Infatti, nella fase della codifica, è immediatamente emersa la scarsità dei commenti riferiti alle *issues* e ai candidati. In quest'ultimo caso, addirittura, un cospicuo numero di intervistati non aveva espresso alcun giudizio dal momento che non ricordava neppure il nome del candidato votato. Queste circostanze hanno quindi suggerito di accantonare la categoria dei commenti rife-

TAB. 1. *La rilevazione della salienza degli schemi relativi ai partiti*

Partiti	numero medio commenti
Lega Nord	1.34
Partito Democratico Sinistra	1.34
Rifondazione Comunista	1.24
Forza Italia	1.13
Popolari	1.06
Alleanza Nazionale	0.90
Ccd-Cdu	0.77
<i>Numero medio commenti per partito</i>	<i>1.10</i>

TAB. 2. *La rilevazione della salienza degli schemi riferiti ai leader*

Leader	numero medio commenti
Berlusconi	1.80
Prodi	1.77
D'Alema	1.62
Fini	1.62
Bertinotti	1.49
Bossi	1.40
Casini/Buttiglione	1.18
<i>Numero medio commenti per leader</i>	<i>1.50</i>

riti ai candidati perché evidentemente non rilevante. I pochi commenti riferiti a specifiche *issues* sono stati poi inseriti nella categoria riferita ai commenti generali sui partiti. In sintesi, la rilevazione ha portato alla luce due soli schemi: quello riferito ai partiti e quello riferito ai leader.

Le tabelle 1 e 2 mostrano i risultati della rilevazione degli schemi riferiti ai partiti e ai leader. Risulta innanzitutto che gli intervistati hanno espresso in media 1.10 commenti per partito. Se si guarda il dato disaggregato per partito (cioè il numero medio di commenti espressi per ogni dato partito), si nota che gli intervistati hanno parlato di più della Lega e del Pds; mentre i meno discussi sono stati il Ccd-Cdu<sup>8</sup>. Dato che lo schema riferito ai partiti dovrebbe raccogliere per definizione tutte le cono-

<sup>8</sup> Si osservi che la prevalenza dei commenti riferiti a Lega e Pds può essere messa in relazione col fatto che il campione a quote fisse per aree geopolitiche ha dato più spazio alle risposte degli intervistati appartenenti all'ex zona bianca e a quella rossa. Non vi è comunque qui un problema di rappresentatività, data la natura qualitativa dell'indagine.

scenze che gli elettori possiedono sui partiti, non sembra che i nostri intervistati abbiano avuto molto da dire. Se facciamo un confronto con analoghe ricerche, condotte in Usa e Svezia, troviamo infatti percentuali più alte<sup>9</sup>.

Il numero medio dei commenti espressi per ogni leader è 1.50. Il leader che ha attratto il maggior numero di commenti è stato Berlusconi; i meno familiari agli elettori sono Casini e Buttiglione (considerati insieme in quanto i loro partiti si erano presentati uniti alle elezioni). Il fatto che lo schema incentrato sulle caratteristiche personali dei leader sia più ricco di quello sui partiti emerge come il risultato saliente. Un'ulteriore conferma della popolarità dei leader viene dalla circostanza che 71 su 84 intervistati hanno dichiarato di conoscere tutti e sette i leader e sono stati in grado di esprimere una loro valutazione sulla scala da 1 a 10<sup>10</sup>.

### *Il contenuto degli schemi politici: i leader*

L'analisi delle risposte degli intervistati ha mostrato che la conoscenza politica dei nostri intervistati è organizzata attorno a due soli schemi, uno riferito ai partiti, l'altro ai leader. Ora, dato che gli schemi sono stati definiti come contenitori delle informazioni, delle credenze e delle aspettative rispetto a certi oggetti, osserviamo più da vicino qual è il contenuto di questi due schemi politici.

Iniziamo col prendere in esame lo schema sulle caratteristiche personali dei leader. La maggior parte dei commenti riguarda caratteristiche personali che appaiono importanti nell'esercizio delle funzioni pubbliche, come la competenza e l'affidabilità. I seguenti brani tratti da alcune interviste offrono degli esempi di questo tipo di commenti<sup>11</sup>:

<sup>9</sup> Secondo Miller e Asp (1985) il numero medio di commenti in entrambi i paesi è 1.57. La ricerca è stata condotta con analogo tecnica di rilevazione e di codifica, ma su dati provenienti da inchieste campionarie. Nel caso americano sono stati presi in considerazione il partito Repubblicano e quello Democratico; nel caso svedese i cinque principali partiti.

<sup>10</sup> La popolarità dei leader è stata ampiamente rilevata anche dalle inchieste campionarie. Secondo Itanes '96, ad es., il 99% del campione dichiara di conoscere Berlusconi, il 98% D'Alema, il 92% Casini, il 94% Bertinotti, il 98% Bossi, il 97% Prodi, il 99% Fini.

<sup>11</sup> Le risposte degli intervistati sono riportate integralmente. Qualora venga citata solo una parte della risposta, il brano è preceduto o seguito da puntini di sospensione.

«Prodi? Mi piace la persona, mi sembra schietto ed affidabile» (Femmina, 47)

«Prodi? Politicamente è meglio di Berlusconi, ha una grande preparazione, in economia soprattutto questo è importante...» (Maschio, 30)

«Prodi mi è piaciuto subito, appena si è presentato mi ha dato più garanzie rispetto al Polo. È una persona onesta, mentalmente, non solo dal lato pratico, ha delle buone capacità e il suo impegno politico ha veramente come scopo il bene comune» (F, 56)

«Berlusconi diciamo che è in gamba. Come parla, ha capacità imprenditoriali molto apprezzabili, ha dato lavoro a tanti operai. È certamente un uomo in gamba, intelligente, sa parlare...» (M, 51)

«Di Berlusconi mi piace il fatto che sia un grande leader, un grande imprenditore, una figura carismatica nel nostro paese, sia per quanto riguarda la politica, sia per quanto riguarda l'imprenditoria...» (M, 20)

«Bossi è un condottiero. Ha avuto il coraggio di dire: seguitemi! e tanti l'hanno seguito. Tuttavia, non reputo che abbia una preparazione culturale e per chi deve condurre la politica questo è un limite» (M, 30)

«Di D'Alema mi piace l'impressione di serietà, rigore, coerenza...» (M, 50)

Molto rilievo è stato dato alle capacità oratorie dei leader: sono davvero pochi gli intervistati che non hanno posto l'accento su questo aspetto, che appare davvero cruciale. Evidentemente gli italiani sono molto sensibili alle capacità dialettiche dei leader. A questo proposito, il giudizio sembra non dipendere da simpatie partigiane, a differenza di quanto è avvenuto rispetto ad altre qualità, ad esempio la competenza, che sono state prevalentemente attribuite dagli intervistati ai leader appartenenti alla propria parte politica. In questo caso, infatti, i due leader più apprezzati per la loro abilità dialettica, Bertinotti e Fini, hanno riscosso lodi anche da elettori ideologicamente molto distanti da loro.

«Bertinotti è un personaggio politico in gamba. Diciamo che mi piace come parla, ma non quello che dice. Non mi piace la sua ideologia» (F, 25)

«Fini ha qualità positive: modi comunicativi raffinati, sa cogliere e ha una proprietà di linguaggio raffinata, il che gli viene da un livello di istruzione alto. Non mi piace il fatto che dissimula un atteggiamento estremista, nel senso che porta i segni della tradizione fascista» (F, 26)

«Alleanza Nazionale non rappresenta le mie convinzioni politiche... Fini ritengo sia il politico con la maggiore capacità di comunicare, adotta un linguaggio sempre corretto ed è sempre chiaro nell'esprimere i suoi pensieri» (F, 37)

«Se dovessi scegliere tra D'Alema, Prodi e Veltroni, sceglierei D'Alema, perché è il più diplomatico e parla molto bene» (F, 47)

«Di D'Alema mi piace la sua esposizione, molto semplice, che arriva diretta» (F, 20)

Infine non è raro incontrare commenti riguardanti il carat-

tere e l'aspetto fisico dei leader<sup>12</sup>. Per quanto strano possa sembrare, il fatto che gli intervistati siano stati attratti da particolari spesso irrilevanti non deve meravigliare. Da tempo gli psicologi politici sostengono che dare un giudizio su un candidato non è un'operazione cognitiva fondamentale diversa dal valutare una qualunque altra persona con cui ci si trova ad interagire nella vita quotidiana (Conover e Feldman 1982; 1986; Popkin 1991). Questo spiega perché l'opinione dei cittadini sui leader coinvolge spesso aspetti che poco hanno a che fare con l'attività politica. La televisione è la prima responsabile di quest'atteggiamento in quanto, soprattutto durante la campagna elettorale, porta quotidianamente l'immagine dei leader nelle case dei cittadini. Le forme di comunicazione non verbali, come il linguaggio del corpo, possono essere assai efficaci nel trasmettere informazione ed emozioni (Lanzetta 1985); tuttavia, come gli esperti di comunicazione ben sanno, questa opportunità può rivelarsi uno svantaggio per l'uomo politico incapace di servirsene.

«Di D'Alema mi piace come parla ma non mi piace la carnagione» (F, 22)

«Berlusconi? È presuntuoso» (F, 39)

«Di Prodi, non mi piace assolutamente la voce, che è disgustosa, il modo di parlare che è irritante. E poi questo atteggiamento sempre molto moralistico, questo modo di fare che sembra che abbia in tasca chissà quale soluzione per i problemi dell'Italia. Non mi piace come persona né come politico, tendenzialmente secondo me non ha le idee chiare neanche lui» (F, 25)

«A Prodi, che ha una faccia che ispira fiducia, darei un sei» (M, 42)

«Di Buttiglione non mi piace che vuole sempre litigare. Casini invece è più calmo» (M, 66)

«Bossi non mi piace né come uomo, né come parla, né come niente... Casini mi piace come figura e anche nel modo di porgere» (F, 60)

«Secondo me D'Alema non tiene un bel carattere. Non riesce a esprimere le sue idee in maniera convincente, d'altra parte si irrita quando viene contraddetto, altre persone invece sanno mostrare più indifferenza» (F, 64)

«Di Prodi mi piace la faccia buona e il suo stare dalla parte dei deboli. Non mi piace la sua mancanza di forza nell'espone le sue idee, perché le ha, ma non riesce ad esporle nel modo giusto» (F, 20)

In sintesi, lo schema riferito ai leader comprende, da un lato, considerazioni riguardanti le capacità intellettuali, le qualità morali e l'esperienza politica; dall'altro, considerazioni riguardanti il carattere e l'aspetto fisico. Il grado di sofisticazione

<sup>12</sup> Questo aspetto è emerso anche in uno studio degli psicologi sociali Colucci e Camussi (1997).

delle risposte è risultato molto variabile: alcuni intervistati hanno espresso giudizi ben articolati e hanno discusso diversi aspetti, altri si sono limitati a poche battute. In tutti i casi, comunque, vi è stata disponibilità a parlare dei leader, compresi quelli più lontani dall'orientamento politico dell'intervistato. Nel caso dei partiti, invece, gli intervistati si sono talvolta sottratti con frasi del tipo: «Non ho niente da dire»; «Quel partito non mi interessa». Si ha l'impressione che esprimere un'opinione su un partito sia considerato un compito politico e quindi uno sforzo che viene compiuto di buon grado solo se vi è un certo interesse; giudicare i leader invece è un fatto di routine, un'attività riconducibile agli ordinari rapporti interpersonali, forse perché, come si è accennato in precedenza, la televisione li rende familiari.

Merita approfondimento il fatto che, mentre vi è così tanta attenzione per le caratteristiche personali dei leader, non accada lo stesso rispetto ai candidati. Le *survey* nazionali testimoniano che non solo il voto personale nel 1996 è stato scarso, ma anche che la maggioranza degli elettori non ricorda neppure il nome del candidato per cui ha votato<sup>13</sup>. Tra i nostri intervistati, solo un terzo è stato in grado di fare qualche commento sul proprio candidato: ciò porta ad escludere che sia diffuso uno schema incentrato sui candidati. Poiché altrove, ad esempio negli Stati Uniti, la personalità del candidato gioca un ruolo di rilievo in tutte le elezioni, non solo in quelle presidenziali, è logico pensare che il disinteresse degli elettori italiani verso i propri candidati dipenda dalle caratteristiche del contesto politico nazionale che, per quasi mezzo secolo, ha visto competizioni elettorali focalizzate prevalentemente sui partiti. Colle nuove regole, peraltro, i candidati non sono più visibili che in passato: non hanno frequente accesso ai media, o perlomeno non alle trasmissioni che vengono più seguite, come i telegiornali nazionali. Di conseguenza, non è facile per l'elettore medio raccogliere informazioni su di essi. Vi sono poi anche altri fattori, come la persistente centralità dei partiti e la legge elettorale, che saranno presi in esame nei paragrafi successivi.

<sup>13</sup> Alla domanda «Lei ha votato il candidato maggioritario nell'elezione della Camera per lo schieramento che lo proponeva oppure per le sua qualità individuali?», solo il 16% del campione Itanes '96 ha risposto di aver privilegiato le qualità personali. Sol tanto il 33% dello stesso campione è stato in grado di ricordare il nome del candidato. Per un'analisi approfondita del voto personale nell'elezione '96 si veda Maraffi (1997).

### *Il contenuto degli schemi politici: i partiti*

La prima osservazione a proposito dello schema riferito ai partiti riguarda il fatto che i riferimenti a specifiche *issues* sono stati quasi completamente assenti. A questo proposito bisogna precisare che gli intervistati hanno risposto ad altre domande del questionario più direttamente focalizzate sulle *issues*, per esempio quali fossero i principali problemi da risolvere in Italia. Se ne inferisce che essi posseggano una più o meno rudimentale conoscenza in materia di *issues*; tuttavia la vera difficoltà è piuttosto quella di associare le politiche programmatiche ai partiti o ai leader che le propongono. Benché, come osservato da alcuni (Sani e Segatti 1997), la campagna del 1996 sia stata focalizzata sulle *issues* in misura maggiore rispetto al passato, l'impressione è che gli intervistati non avessero un'idea chiara dell'*issue ownership*, cioè di quali politiche i vari partiti avessero fatto proprie<sup>14</sup>. Il fatto che non compaiano mai considerazioni su politiche concrete in risposta alle domande sui partiti e sui leader fa pensare che le *issues* non siano considerate come un elemento di riferimento per interpretare la politica.

L'ipotesi che le *issues* non rivestano un ruolo di primaria importanza nel ragionamento dell'elettore è stata controllata empiricamente da numerose ricerche: sono ora molti, soprattutto a partire dalla seconda metà degli anni ottanta, gli studiosi che pongono al centro dell'analisi non tanto le *issues* quanto i valori o gli orientamenti generali verso categorie di problemi specifici; (Peffley e Hurwitz 1985; Kinder e Sears 1985; Hurwitz e Peffley 1987; Feldman 1988; Sniderman *et al.* 1991; Zaller 1992)<sup>15</sup>.

<sup>14</sup> La teoria dell'*issue ownership* è stata formulata da Budge, Robertson e Hearl (1987), i quali – analizzando i programmi elettorali delle principali democrazie contemporanee nell'ambito dell'*Ecpr Manifesto Research Project* – scoprirono che, anziché confrontarsi sugli stessi temi, i partiti tendevano a «specializzarsi» su determinate *issues*. Col passare del tempo, questa peculiarità fa sì che gli elettori imparino ad associare ai diversi partiti le *issues* ad essi proprie; nel nostro caso, tuttavia la novità della proposta elettorale ha reso comprensibilmente difficile questa operazione. Vi è poi da aggiungere che, durante la campagna elettorale '96, l'*issue ownership* non è emersa in modo chiaro: come evidenziato da Sani e Segatti (1997, 15), a proposito di Polo e Ulivo, «su alcuni temi non si può parlare di competizione programmatica perché entrambi i contendenti non solo concordano sulla rilevanza dei problemi, ma giungono a prospettare soluzioni sostanzialmente simili».

<sup>15</sup> Come osservano Sniderman *et al.* (1991, 284), un segno del rinnovato interesse per i valori come categoria esplicativa del ragionamento politico è dato dall'inserimento nelle più recenti edizioni degli *American National Election Studies* di domande che misurano la diffusione dei valori, ad esempio l'individualismo e l'egualitarismo.

Come si è detto, la letteratura della cognizione politica ha messo in luce che l'elettore medio dedica poco tempo alla politica e quindi non può raccogliere l'informazione necessaria a farsi un'opinione sulle questioni specifiche sollevate nel corso della campagna elettorale né confrontare le posizioni dei partiti su di esse. Si assume quindi che egli adotti una scorciatoia cognitiva che consiste nel prendere posizione su argomenti molto generali, per esempio, se è favorevole ad un'economia liberista o alla solidarietà sociale, se è favorevole o no a sostenere i diritti delle minoranze, e così via<sup>16</sup>. In questo modo l'elettore si crea una sorta di mappa che, pur essendo composta da pochi elementi, è in grado di guidarlo nel complesso mondo della politica. Infatti, egli può farsi un'opinione in merito a qualunque questione particolare che gli venga sottoposta senza doverne conoscere i dettagli, ma semplicemente facendo riferimento all'orientamento generale ad essa pertinente. L'unico sforzo cognitivo, come osserva Zaller (1992, 25-27), è quello di riconoscere a quale categoria generale ricondurre il problema specifico.

Anche i nostri intervistati hanno prevalentemente fatto ricorso ad orientamenti generali per spiegare quello che apprezzavano o non apprezzavano dei singoli partiti. Bisogna però osservare che la generalità di molti commenti è sconfinata nell'indeterminatezza: spesso infatti i partiti sono stati collegati a nozioni piuttosto vaghe, che l'intervistato menziona, ma non spiega neppure in termini generali. Come gli esempi seguenti mettono in rilievo, certamente gli intervistati hanno distinto i partiti sulla base di orientamenti generali e valori, tuttavia non sembrano avere un'idea chiara del significato dei concetti che hanno richiamato e ancor meno di come questi possano e debbano tradursi in azione politica.

Forza Italia è spesso associata alla nozione di «nuovo»: nuovo partito, nuovo modo di far politica, e così via. Solo alcuni

<sup>16</sup> Peffley e Hurwitz (1985; Hurwitz e Peffley 1987) hanno riscritto la definizione di «sistema di credenze» proposta da Converse (1964), argomentando che ciò che misura la sofisticazione dei cittadini non è la coerenza tra le posizioni ideologiche e gli atteggiamenti verso specifiche *issues*, ma piuttosto la coerenza tra orientamenti politici generali verso classi di problemi (per esempio, la propensione verso un ruolo maggiore o minore dello stato in economia, un atteggiamento aggressivo o pacifista in politica estera, e così via) e gli atteggiamenti verso specifiche *issues*. In questo modo, essi hanno accertato livelli di coerenza ed informazione decisamente più alti di quelli emersi nell'analisi di Converse, dimostrando così che la connessione tra ideologie e *issues* è in effetti mediata dagli orientamenti politici generali.

però hanno approfondito quest'idea, chiamando in causa temi come il liberismo economico o la riduzione dell'intervento statale. Gli esempi che seguono sono rappresentativi di questa tendenza:

«Forza Italia è un movimento abbastanza nuovo che ha portato dei cambiamenti nel modo di far politica» (F, 47)

«Berlusconi e Forza Italia non mi dispiacciono, mi sembra che abbiano portato qualcosa di nuovo e questo è un merito che gli va riconosciuto» (M, 54)

«Devo dare atto a Forza Italia che quando si è creata ha smosso le acque, eravamo impantanati in una situazione di ristagno. E questa novità ha costretto anche le altre forze politiche a rinnovarsi. Però oltre a questo non riconosco niente di positivo» (M, 42)

I commenti riferiti alla Lega Nord sono spesso incentrati sull'idea di federalismo. Anche in questo caso, però, come gli esempi seguenti dimostrano, il significato del termine è vago.

«Della Lega Nord mi piacciono le idee, mi piace l'idea di federalismo. Non mi piace l'esagerazione di Bossi in certi casi» (F, 27)

«La Lega mi piace perché è un partito nuovo, lontano dagli schemi dei vecchi partiti. Inoltre si batte per una causa giusta, cioè il federalismo, che è l'unica soluzione in grado di salvare l'Italia» (F, 26)

I partiti di sinistra sono caratterizzati da frequenti riferimenti alla garanzia di una maggiore solidarietà sociale. Non sono però quasi mai specificate le politiche o perlomeno le aree di intervento a cui questa solidarietà dovrebbe essere applicata.

«Di Rifondazione mi piace che pensano ai più deboli e agli operai...» (F, 59)

«Dei Popolari mi piace l'attenzione verso le fasce più deboli; non mi piace il fatto che siano riciclati» (F, 26)

«Del Pds mi piace la solidarietà e l'assistenzialismo» (F, 22)

Il ricercatore si aspetta di trovare tra i contenuti dello schema sui partiti qualche riferimento ai gruppi sociali che li sostengono, siano essi l'espressione di identità territoriali o religiose, o classi sociali. Anche questo aspetto, tuttavia, non è emerso come saliente nelle risposte degli intervistati. Con l'eccezione di Rifondazione Comunista, che è stata spesso definita come il partito che difende i diritti dei lavoratori, le forze di sinistra non sono state associate a particolari gruppi sociali. Nel riconoscere il maggiore impegno della sinistra nel promuovere la solidarietà sociale, gli intervistati non citano particolari categorie,

ma parlano genericamente dei più deboli. A destra, poi, l'attribuzione delle alleanze tra partiti e gruppi sociali è ancora più incerta e direi quasi del tutto assente. È un dato senz'altro interessante osservare che la contrapposizione di classe è pressoché scomparsa dal lessico della politica.

Vi è poi la questione del voto cattolico. Sono stati pochissimi quelli che, alla domanda se rimpiangessero qualche partito del passato, hanno espresso nostalgia per la Democrazia Cristiana o hanno dichiarato di sentire la mancanza dell'unità politica dei cattolici. Questo naturalmente depone a favore della tesi di chi ritiene che la contrapposizione cattolico-laico non sia più una categoria esplicativa dominante<sup>17</sup>. Vi è però da osservare che una parte degli intervistati, soprattutto in risposta alle domande su Popolari e Ccd-Cdu, si è dimostrata interessata a definire in quale schieramento sia confluito «il meglio della Dc». Essendo taluni di costoro ex-elettori della Democrazia Cristiana, ciò fa pensare che vi sia ancora una certa sensibilità nei confronti del problema di chi rappresenti politicamente i valori cattolici.

«Del Ccd-Cdu?... Dovrebbero lavorare di più per ottenere il consenso, naturalmente rivolgendosi all'elettorato cattolico, che attualmente, non essendoci più l'unità politica dei cattolici, sono divisi in tanti schieramenti, tentando di portare avanti quei valori che prima rappresentava la Democrazia Cristiana. Io ho votato il Ccd perché mi sembrava che fossero gli unici a portare avanti l'eredità della Dc» (ex elettore Dc).

«Dei Popolari? Mi piace la moderazione e il fatto che portano avanti degli ideali cattolici...» (elettore nel 1994 del Patto Segni).

«Dei Popolari mi piace il fatto che sono un partito di ispirazione cattolica e quindi c'è una certa coerenza con dei valori religiosi» (ex elettore Dc).

Un aspetto che l'analisi dei commenti ha invece portato alla luce in modo assai marcato è che i partiti sono visti come gruppi di persone che condividono caratteristiche personali e atteggiamenti più che un progetto politico. I seguenti commenti suggeriscono che la personalizzazione della politica in realtà non concerne solo i leader, ma riguarda in qualche modo tutto il gruppo dirigente dei partiti. È una sorta di antropomorfizzazione dei gruppi politici, il che, del resto, suona come una conferma della rilevanza dello schema sui leader.

<sup>17</sup> Ad esempio, Diamanti (1997), al termine di un'accurata analisi del movimento elettorale dei cattolici tra '94 e '96, osserva che unità e fedeltà politica non sembrano essere più virtù apprezzate dai cattolici e conclude che difficilmente il ricomporsi del centro riaggregerebbe l'elettorato cattolico.

«Di Forza Italia non mi piace il rampantismo» (F, 48)

«Del Ccd/Cdu non mi piace niente, sono dei giocherelloni, vanno come tira il vento» (M, 60)

«Non c'è nulla che mi piaccia di Forza Italia. Non mi piace questo atteggiamento, quest'aria di sufficienza, di boria, di pienezza di sé che hanno gli appartenenti a questo partito, questa loro arroganza» (F, 26)

«Del Pds mi piace il ragionamento, sono delle persone che ragionano, che sono di cultura e che antepongono il ragionamento e il dialogo a tutto il resto» (F, 50)

«La Lega Nord non la considero un partito, per me sono solo degli esaltati» (F, 41)

«Di Rifondazione mi piace la sicurezza. Sono molto sicuri, decisi nelle loro idee» (F, 20)

«Del Ccd mi piace la componente, gli uomini... gli uomini. Non mi piace il partito» (F, 66)

### *La dimensione sinistra/destra*

Infine la maggioranza degli intervistati ha fatto riferimento alla posizione ideologica dei partiti. Questo frequente ricorso alla dimensione sinistra/destra merita un approfondimento. La capacità di concettualizzare la politica tramite la dicotomia sinistra/destra in Europa e quella liberale/conservatore negli Stati Uniti è comunemente ritenuta un indicatore di sofisticazione politica. Ad impostare il problema in questi termini è stato Converse che, nel suo classico studio sulle credenze politiche (Converse 1964), misurò la sofisticazione degli elettori come la facoltà di distinguere e classificare correttamente le principali politiche come conservatrici o liberali. Benché la conclusione di Converse circa la profonda ignoranza dell'elettorato sia stata ripetutamente messa in dubbio (Nie *et al.* 1979; Kinder e Sears 1985), per lungo tempo la ricerca sull'opinione pubblica ha condiviso il punto di vista che il ragionamento ideologico appartiene ad un'élite, mentre la maggior parte dei cittadini si affida ad altri elementi, come i partiti e i candidati, di più facile comprensione perché meno astratti.

Diverse ricerche empiriche hanno però confutato questa opinione, dimostrando che la stragrande maggioranza dei cittadini, più o meno sofisticati, utilizza comunemente la dimensione sinistra/destra per interpretare eventi e problemi politici (Levitin e Miller 1979; Asher 1980; Conover e Feldman 1981). Questo non significa che tutti i cittadini siano in grado di dare un'articolata definizione di quello che la destra e la sinistra rappresentano, ma piuttosto che usano questa dimensione come

mezzo di orientamento e, soprattutto, di comunicazione di generici contenuti politici (Fuchs e Klingemann 1990). I risultati emersi dall'analisi delle nostre interviste concordano con questa prospettiva: infatti, pur essendo mal informati su molti elementi essenziali, come *issues* e candidati, gli intervistati non hanno esitato a collocarsi sul continuum sinistra/destra, così come sono stati in grado di collocarvi senza incertezze i partiti. Inoltre, circostanza ancora più importante, hanno richiamato frequentemente i concetti di destra e sinistra per illustrare i lati positivi e negativi dei vari partiti. In conclusione, il ricorso alla dimensione ideologica è apparso generalmente diffuso e pressoché indipendente dal livello di sofisticazione.

La lettura dei commenti suggerisce che gli intervistati hanno utilizzato la dimensione sinistra/destra come mezzo di riconoscimento per valutare le nuove formazioni politiche e quindi tracciare una mappa della proposta elettorale. In contesti politici stabili si osserva che la percezione che l'elettore ha della propria posizione ideologica è nella maggior parte dei casi indotta dal suo legame di identità con un partito. Diverse ricerche empiriche hanno infatti messo in evidenza che l'elettore sviluppa prima un'affiliazione partitica, poi proietta la posizione ideologica di quel partito sull'asse sinistra/destra e vi si identifica (Levitin e Miller 1979; Conover e Feldman 1981). Tra l'altro, questa interpretazione è coerente con i risultati di altre ricerche secondo le quali gli elettori descrivono la loro posizione ideologica in modo multidimensionale, con il tipo e il numero delle dimensioni che variano da un individuo all'altro<sup>18</sup>. Una possibile spiegazione di questo fenomeno è appunto quella che gli elettori sovrappongono alle definizioni tradizionali di destra e sinistra insieme di valori più eterogenei, che spesso sono coincidenti con quelli promossi e diffusi dai partiti a livello propagandistico.

In una fase di transizione e di cambiamento dell'offerta partitica, il ruolo dell'identificazione di partito nell'orientare l'elettore può venire meno. Presumibilmente, ciò si è verificato anche nel caso italiano, essendo alcuni partiti scomparsi del tutto, mentre altri hanno intrapreso processi di cambiamento spesso radicali. Questo fa supporre che la dimensione sinistra/destra abbia assunto una funzione di guida che in precedenza non

<sup>18</sup> Per una rassegna ed un'utile discussione di questi contributi, cfr. Conover e Feldman (1981).

aveva, perlomeno non in modo così evidente. Come efficacemente illustrato da Schadee (1995, 81-82), si possono descrivere diversi scenari a proposito di come l'autocollocazione sull'asse sinistra/destra struttura il voto nei casi di cambiamento della competizione elettorale. L'elettore può mantenere stabile la sua posizione ideologica e cercare il partito che più vi si avvicina; oppure può modificare la sua autocollocazione sotto l'influsso delle nuove proposte politiche, circostanza non improbabile nel nostro caso dove il cambiamento si è accompagnato alla caduta degli imperativi ideologici che avevano dominato il dopoguerra.

Benché il contenuto dello schema sui partiti non possa darci alcuna informazione su quanto l'autocollocazione sinistra/destra abbia strutturato il voto, può comunque dirci qualcosa su come gli intervistati hanno usato la dimensione sinistra/destra per rappresentare il nuovo sistema partitico. Va innanzitutto precisato che numerosi commenti, pur menzionando le categorie destra e sinistra, sono stati troppo laconici per prestarsi ad una qualunque interpretazione. Gli altri hanno mostrato due atteggiamenti ricorrenti. Il primo consiste in un approccio di tipo conservatore, o, per dirla con Hirschmann, reazionario<sup>19</sup>. *Plus ça change, plus c'est la même chose*: questi intervistati sembrano ritenere che sotto i molti cambiamenti di facciata in realtà vi siano stati pochi cambiamenti di sostanza. Il problema non sarebbe quindi quello di identificare una nuova destra e una nuova sinistra bensì quello di collocare nuove etichette su vecchie posizioni ideologiche.

«Il Pds non mi piace, perché si tratta del Pci mascherato. Credo che il cambiamento di qualche anno fa sia stato solo una mossa per disorientare gli avversari politici e finora ci è riuscito. Però le persone sono rimaste le stesse e non credo che la strategia del partito sia cambiata di molto».

«Alleanza Nazionale è un relitto vergognoso di 40 anni di guerra fredda, è stato tenuto in piedi in qualche maniera, ma completamente antistorico; infatti, a livello mondiale ideologie simili non si trovano se non in culture e in paesi sottosviluppati. Per me rappresenta lo zero politico e riassume in sé tutte le caratteristiche barbare che sono rimaste in questo paese».

«Del Pds, non mi piace fundamentalmente il Pds, il comunismo è un'ideologia, che poi l'abbiano chiamato Pds, però tendenzialmente è il vecchio partito comunista, possono dire quello che vogliono».

<sup>19</sup> In *The Rethoric of Reaction*, Hirschmann illustra in questo modo la tesi della futilità: «il tentativo di cambiare le cose è destinato ad abortire, ché in un modo o in un altro ogni cambiamento è, è stato e sarà in larga misura un fatto di superficie, di cosmesi. Esso è illusorio, giacché le strutture profonde della società rimangono intatte» (Hirschmann 1991, 49 ed. it.).

Il secondo atteggiamento di cui si trova traccia nei commenti circa i partiti è invece più costruttivo ed evidenzia lo sforzo di numerosi intervistati di ricostruire il percorso ideologico dei partiti. Ovviamente sono stati soprattutto il Partito comunista e il Movimento sociale, essendo i partiti che hanno intrapreso un processo di revisione più netta, ad attrarre il maggior numero di commenti a questo proposito. Comunque questo secondo gruppo di intervistati è parso interessato a cogliere il senso generale del cambiamento nel probabile intento di arrivare a ridefinire anche la propria autocollocazione sull'asse sinistra/destra.

«Del Pds mi piace che potrebbe diventare in un futuro abbastanza prosimo un partito di centro-sinistra, compatibile con il nuovo ordine mondiale senza rinunciare alla sua caratteristica, quella di essere un partito della sinistra e potrebbe quindi portare avanti questi ideali».

«Il Partito popolare è l'alter ego del Pds. I suoi dirigenti hanno avuto il coraggio, dimenticando il passato dove erano grandi nemici dei comunisti di allearsi col Pds. Secondo me è meglio che si vada verso questa formazione, l'Ulivo, assieme al Pds, piuttosto che restare al centro o andare a destra. Questo è l'aspetto positivo».

«La mia valutazione personale è che in Italia comunque la gente non è né troppo di estrema sinistra, né troppo di estrema destra: si colloca sempre molto al centro. Pertanto i partiti come il Pds e Forza Italia devono trovare una via di mezzo per risolvere i problemi italiani,... Se la sinistra vuole andare al governo lo deve fare coinvolgendo queste forze cattoliche che sono importantissime. Comunque anche loro hanno come base la solidarietà, l'uguaglianza, la tolleranza; queste cose che sono in comune colle forze di sinistra... Ognuna di queste forze deve rinunciare a qualche cosa per ottenere l'accordo, credo che sia importante rinunciare a qualche cosa. In questo il Pds ha la grossa responsabilità di tenere insieme tutte queste forze».

### *Conoscenze politiche, interesse per la politica e istruzione*

L'analisi dello schema riferito ai partiti non porta a conclusioni incoraggianti circa il livello di conoscenza politica dell'elettorato italiano. I nostri intervistati hanno mostrato di conoscere mediamente poco dei partiti, della loro struttura e organizzazione, dei principi che li ispirano, e delle politiche che intendono promuovere. Colpisce soprattutto la scarsa familiarità con i programmi elettorali: non solo gli intervistati non hanno associato partiti e *issues*, ma anche quando si tratta di definire gli orientamenti generali, predominano riferimenti vaghi e attribuzioni incerte. Qual è la causa di questa indeterminatezza?

Secondo la maggior parte delle ricerche condotte dal dopo-

guerra in poi il pubblico italiano non ha mai brillato per sofisticazione politica<sup>20</sup>. Credo però che interpretare la mappa cognitiva dell'elettore emersa da quest'analisi soltanto come il naturale prodotto di decenni di disinteresse e scarsa informazione non sia sufficiente. Tra l'altro, bisogna rilevare che negli ultimi anni si è registrato un incremento dell'interesse per la politica<sup>21</sup> e quindi sarebbe logico aspettarsi un analogo innalzamento dei livelli di informazione. Il punto da sottolineare è l'impatto dei radicali mutamenti che hanno determinato la crisi della prima Repubblica. Gli schemi sono strutture cognitive che si formano ed evolvono tramite ripetute interazioni col mondo esterno. Pertanto, benché il loro grado di articolazione sia intrinsecamente limitato dalla loro funzione di semplificare la realtà e quindi di selezionare l'informazione secondo criteri di parsimonia, è altrettanto vero che più intensa e reiterata è l'esposizione all'informazione, maggiori sono le possibilità di arricchire lo schema. La rapida trasformazione del panorama politico italiano ha in qualche modo «svuotato» gli schemi che gli elettori avevano sviluppato nel tempo. Questa circostanza li ha obbligati a intraprendere un affrettato aggiornamento al fine di potersi orientare nel nuovo contesto. Ricostruire un insieme di conoscenze politiche non è però un'impresa di immediata realizzazione: è necessario che il sistema partitico si stabilizzi prima che gli elettori possano assimilare appieno le caratteristiche dei nuovi partiti. Ciò spiega perché i nostri intervistati, benché in grado di distinguere la posizione ideologica dei partiti, non abbiano ancora familiarizzato con le loro differenze in termini programmatici.

L'oggettiva difficoltà ad orientarsi nella fase di transizione

<sup>20</sup> Il contributo che ha segnato l'inizio dello studio della cultura civica italiana, Almond e Verba (1963), sottolineò con forza l'ignoranza e il disinteresse del pubblico italiano. Stesse conclusioni si trovano in LaPalombara (1966), sostanzialmente riconfermate vent'anni dopo dallo stesso autore, anche se rilette in chiave ottimistica (LaPalombara 1987). Gli anni settanta e ottanta hanno segnato un miglioramento della conoscenza politica degli italiani, soprattutto ad opera dell'incremento dei livelli di istruzione e della diffusione della comunicazione mediale (Sani 1976; 1980; Guidorossi e Sani 1986). Una ben nota tradizione di ricerca ha evidenziato soprattutto le differenze esistenti tra un Nord al livello degli standard europei e un Sud sottosviluppato (Inglehart 1990; Putnam 1993). Per una discussione di questi contributi si veda Cartocci (1994, cap. 1). In realtà, nel 1990, Bardi e Pasquino (1995) registravano livelli di informazione e di interesse più o meno uniformi su tutto il territorio nazionale e ancora piuttosto bassi (nell'Itanes '90, la percentuale di quelli che si dichiarano molto o abbastanza interessati è pari al 17%).

<sup>21</sup> Nell'Itanes '96 la percentuale di quelli che si dichiarano molto o abbastanza interessati si alzò al 48%. Cfr. la nota precedente con il dato relativo al 1990.

tra il vecchio e il nuovo sistema politico ha indotto il pubblico italiano a rivolgere l'attenzione ai soggetti politici più facilmente comprensibili, appunto i leader. Già da tempo in Italia era in atto un processo di graduale personalizzazione della politica (Pasquino 1987), dovuto principalmente all'universale intensificarsi della propaganda politica televisiva. La crisi del sistema politico degli anni novanta ha presumibilmente accelerato quest'evoluzione. Nell'ultimo paragrafo prenderò in esame quanto questi cambiamenti nel modo di organizzare la conoscenza politica si riflettano sugli atteggiamenti di voto degli italiani.

Numerosi studi sull'opinione pubblica hanno sostenuto che l'elettorato è suddiviso in: una minoranza di persone che si occupano attivamente di politica e sono molto interessate; un gruppo di cittadini che, pur non essendo particolarmente interessati, conoscono almeno i fatti salienti della politica; infine, un terzo cospicuo gruppo di individui completamente disinteressati e disattenti. L'idea viene fatta risalire a Tocqueville il quale, oltre a sottolineare il fatto che le società democratiche sono essenzialmente pluraliste e quindi disomogenee, mise per primo in guardia contro il conformismo e l'ignoranza delle maggioranze. Il concetto ha poi trovato operativizzazione dopo gli anni quaranta con le ricerche delle Scuole della Columbia (Lazarsfeld *et al.* 1944) e del Michigan (Campbell *et al.* 1960), in particolare con Converse (1962). Benché le scoraggianti conclusioni di questi primi contributi, che avevano rilevato l'ampia ignoranza e disinformazione del pubblico americano, siano state ripetutamente messe in discussione (Nie *et al.* 1979; Kinder e Sears 1985), permane la convinzione che l'elettorato sia stratificato, cioè che esistono fasce di cittadini caratterizzate da diversi livelli di conoscenza politica (Neuman 1986; Zaller 1992; Delli Carpini e Keeter 1993). Il compito del ricercatore è quindi quello di individuare le caratteristiche che permettono di differenziare i vari gruppi, evidenziando quali fattori predispongono od ostacolano l'acquisizione dell'informazione e lo sviluppo della conoscenza politica. Tradizionalmente, l'analisi si concentra sull'istruzione, l'interesse per la politica e il grado di identificazione di partito, e su come questi elementi condizionino l'accesso alle fonti dell'informazione politica. Benché il nostro non sia un campione rappresentativo e quindi non si possa arrivare a conclusioni generalizzabili, l'analisi delle relazioni tra le caratteristiche personali degli intervistati e lo sviluppo dei loro schemi politici può comunque offrire alcuni spunti interessanti.

Consideriamo innanzitutto il ruolo dell'istruzione. L'istruzione è comunemente considerata la variabile chiave nel determinare il livello di conoscenza politica in quanto mette gli individui in grado di recepire e assimilare l'informazione. Da questo punto di vista, i nostri intervistati non hanno riservato sorprese: i più istruiti sono quelli che sanno di più. Si osserva dalla tabella 3 che la maggiore differenza è fra coloro che hanno frequentato solo la scuola dell'obbligo, da un lato, e gli altri due gruppi, i diplomati e i laureati, dall'altro. Anche per quanto riguarda l'influenza dell'interesse sulla conoscenza politica, la relazione è chiaramente positiva: come si vede dalla tabella 3, più gli intervistati sono interessati più i loro schemi politici sono sviluppati. Ciò vale per entrambi gli schemi, anche se, nel caso dello schema sui leader, si osserva un minore divario tra i tre gruppi.

Questa prima analisi evidenzia in modo chiaro che lo schema sui leader è più diffuso rispetto a quello sui partiti. Infatti, mentre le conoscenze sui partiti si concentrano tra i cittadini più istruiti e più interessati, le differenze tra i gruppi sono minori per quanto riguarda lo schema sui leader. Il risultato trova una spiegazione nell'analisi dei consumi mediali degli intervistati. Mentre la lettura dei giornali risulta irregolare e dipendente da interesse e istruzione, la totalità degli intervistati è stata infatti ampiamente esposta al mezzo televisivo durante la campagna elettorale (l'85% ha dichiarato di aver seguito il telegiornale ogni giorno, l'11% tre o quattro volte a settimana)<sup>22</sup>.

Poiché la televisione porta quotidianamente le immagini dei leader nelle case dei cittadini, tutti gli intervistati hanno avuto modo di familiarizzare colle loro caratteristiche personali. In effetti, è stato dimostrato che la televisione è in grado di trasmettere anche l'informazione sui partiti o sulle *issues*; anzi, è addirittura più efficace di ogni altra fonte di informazione nell'attrarre l'attenzione verso materie difficili ed astratte, come la politica economica e la politica internazionale (Graber 1988; Neuman *et al.* 1992; Brians e Watterberg 1996). Tuttavia, essendo l'informazione sui leader più facile da recepire, le persone meno istruite e poco interessate non investono tempo e attenzione nel raccogliere ulteriore informazione.

Riguardo al ruolo dell'identificazione partitica nel determi-

<sup>22</sup> Il dato corrispondente nell'Itanes '96 è il seguente: il 77% vede il telegiornale tutti i giorni, il 18% tre-quattro giorni a settimana, il 5% due-tre giorni a settimana, l'1% scarso, meno di una volta a settimana.

TAB. 3. *Numero medio commenti per intervistato relativo agli schemi sui partiti e sui leader*

	N = 61	Schema sui partiti		Schema sui leader	
		media	varianza	media	varianza
<i>Istruzione</i>					
laurea	9	1.23	*	1.66	*
diploma	33	1.20	0.51	1.63	0.69
scuola dell'obbligo	19	0.86	0.29	1.24	0.22
<i>Interesse per la politica</i>					
alto	11	1.62	*	1.80	*
medio	21	1.21	0.43	1.74	0.72
basso	29	0.80	0.18	1.27	0.31
<i>Identificazione di partito</i>					
molto vicino ad un partito	16	1.21	0.62	1.45	0.39
abbastanza vicino	26	1.19	0.47	1.60	0.59
non identificato	19	0.88	0.11	1.48	0.43

\* La varianza è stata calcolata solo per gruppi superiori a 15 elementi.

nare il livello di conoscenza politica, la relazione risulta invece meno definita e prevedibile rispetto ai casi precedenti. Gli intervistati sono stati divisi in identificati *tout court*, parzialmente identificati e non identificati<sup>23</sup>. La tabella 3 mostra innanzitutto che, mentre per quanto riguarda lo schema sui partiti gli identificati conoscono di più, anche se il grado di identificazione non sembra fare differenza, lo schema dei leader è ben sviluppato in tutti e tre i gruppi, addirittura i non identificati fanno più commenti sui leader degli identificati *tout court*<sup>24</sup>.

Il profilo dei non identificati merita speciale attenzione. Fino al termine degli anni sessanta questi elettori sono stati considerati poco più di gruppo residuale, composto da indivi-

<sup>23</sup> La domanda posta è stata: «Si sente vicino ad un partito? Molto, poco o per niente?».

<sup>24</sup> Sulla scia di Downs (1957), l'identificazione di partito è spesso considerata essa stessa una scorciatoia per colmare il deficit conoscitivo. È sicuramente plausibile che l'elettore fortemente identificato sia più informato degli altri elettori rispetto al suo partito; tuttavia, non è altrettanto vero che abbia una conoscenza analoga anche relativamente a tutti gli altri partiti e quindi abbia uno schema sui partiti necessariamente più sviluppato. Anzi, numerosi studi hanno argomentato che la marcata componente affettiva dell'identificazione di partito è in realtà un ostacolo all'acquisizione di una conoscenza equilibrata, cioè su tutti i partiti, in quanto entrerebbero in gioco meccanismi distortivi dell'attenzione e della selezione dell'informazione. Per una rassegna della vasta letteratura relativa a questo tema rimando a Campus (2000).

dui così poco interessati e coinvolti da essere ritenuti perfino immuni da ogni influenza propagandistica a causa della loro scarsa esposizione ai mezzi di informazione (Converse 1962). Dagli anni settanta in poi il numero degli elettori privi di un'identificazione partitica è aumentato in molti paesi, soprattutto negli Stati Uniti. Di conseguenza, gli studiosi hanno rivolto maggiore attenzione al fenomeno. Due sono le ipotesi avanzate circa la natura dei non identificati: da una parte, vi è chi ha confermato un giudizio negativo definendoli *alienati* e attribuendo la loro crescita ad un calo di interesse per la politica (Miller 1974; Beck 1976; 1977; Watterberg 1981). Dall'altra parte, i sostenitori della teoria della scelta razionale hanno salutato l'aumento della quota dei non identificati con ottimismo: finalmente indipendenti da vincoli partitici, gli elettori sono in grado di votare prospetticamente in base ai programmi e retrospettivamente in base alle realizzazioni.

La ricerca empirica ha mostrato che la categoria degli elettori che non possiedono un legame stabile con un partito comprende in realtà individui con profili psicologici diversi. Si può pertanto incontrare sia l'elettore indipendente che si avvicina al modello della scelta razionale sia l'elettore non identificato spolitizzato, cioè poco interessato e informato<sup>25</sup>. Il caso italiano non fa eccezione, al punto che Parisi (1995, 338), nella sua proposta di operativizzare la nota tipologia dell'appartenenza, opinione e scambio (Parisi e Pasquino 1977), ha opportunamente osservato che, data la forte disinformazione del gruppo degli elettori definiti d'opinione, serve un ulteriore criterio per poter individuare i «veri» elettori d'opinione nel più ampio gruppo di elettori che non intrattengono legami di identità o relazioni di scambio con i candidati. Pertanto, lo scarso sviluppo dello schema sui partiti tra gli intervistati che si sono dichiarati privi di affiliazione partitica non deve sorprendere; dati i presupposti, anche l'interesse dimostrato verso i leader è abbastanza prevedibile: laddove candidati ed *issues* contano poco e i legami di identità verso i partiti sono irrilevanti, i leader restano l'unico «ancoraggio» possibile tramite cui interpretare il mondo della politica.

<sup>25</sup> Diverse ricerche sul tempo della decisione (Bowen 1994; Chaffee e Rimal 1996; Campus 1998) hanno accertato che i *campaign deciders*, cioè gli elettori che decidono durante la campagna elettorale, sono per lo più indipendenti. Essi tuttavia non sembrano raccogliere durante la campagna l'informazione necessaria ad una scelta razionale e consapevole, in quanto risultano poco informati e scarsamente interessati.

In conclusione, l'analisi delle caratteristiche personali degli intervistati ha evidenziato che i livelli di istruzione e interesse determinano una differenza sia rispetto allo schema sui partiti sia rispetto allo schema sui leader. L'identificazione di partito, invece, influenza solo il grado di sviluppo dello schema sui partiti. In generale, si può affermare che lo schema sui leader è quello diffuso in modo più uniforme e costituisce per alcune categorie di intervistati la principale forma di conoscenza politica.

### *Considerazioni conclusive*

La rilevazione e l'analisi degli schemi politici dei nostri intervistati ha permesso di disegnare una sorta di mappa cognitiva della conoscenza politica. Come osservato, la conoscenza organizzata per schemi è incentrata su due soggetti politici: i partiti e i leader. Lo schema riferito ai leader è il più diffuso e il più ricco: tutti gli intervistati conoscono i leader delle maggiori forze politiche e esprimono un'opinione su di loro. Il grado di sviluppo dello schema dei partiti, invece, dipende maggiormente dai livelli di istruzione e di interesse ed è influenzato dalla presenza dell'identificazione partitica. Nel complesso, i commenti sui partiti sono poco approfonditi, avendo gli intervistati mostrato scarsa conoscenza dei programmi elettorali, sia per quanto riguarda le *issues*, che sono state quasi completamente trascurate, sia per quanto riguarda gli orientamenti generali, che sono stati sì citati, ma in modo piuttosto superficiale.

È naturale chiedersi quanto questo stato di cose sia il risultato di un processo graduale e ineluttabile, dovuto a dinamiche che travalicano il caso italiano, o sia invece il prodotto dei repentini cambiamenti che, nei primi anni novanta, hanno modificato il panorama politico nazionale. Comprensibilmente, non è facile rispondere a questa domanda soprattutto perché non esistono precedenti ricerche che abbiano esplorato in questo modo la categorizzazione della conoscenza politica. Tuttavia, alcune domande del questionario, concernenti l'opinione degli intervistati su Democrazia cristiana, Partito comunista e Partito socialista hanno consentito di operare un utile confronto<sup>26</sup>.

<sup>26</sup> L'esatta formulazione della domanda è stata: «Cosa le piaceva e/o non le piaceva della Democrazia cristiana?... del Partito comunista?... del Partito socialista?».

Anche in questo caso i commenti sono stati codificati secondo la procedura già illustrata. Il numero medio dei commenti riferiti al partito, alle sue caratteristiche e alla sua classe dirigente è risultato 1.77 per la Dc, 1.36 per il Pci, 1.19 per il Psi. La conoscenza che gli intervistati hanno dei vecchi partiti è quindi superiore a quella dimostrata a proposito di quelli nuovi. Pochi sono stati i commenti riferiti ai leader, con la parziale e limitata eccezione di Craxi. È vero che non era stata posta alcuna domanda specifica sui leader; tuttavia, dato che, a proposito delle elezioni del 1996, gli intervistati hanno fatto spesso commenti riferiti ai leader anche in risposta alle domande sui partiti, si può affermare che questo quadro di risposte rivela un approccio diverso. Come spiegare tale cambiamento di prospettiva? È chiaro che il passaggio del tempo ha giocato un ruolo importante: se viene chiesto ad un cittadino di dare un'opinione sui quarant'anni passati di vita pubblica italiana, probabilmente egli esprimerà una valutazione generale senza chiamare in causa personaggi politici e fatti particolari, che sono ormai confusi e sfumati in memoria. Viceversa, se gli viene chiesto di dare un'opinione su di una campagna elettorale appena conclusa, sono proprio i fattori di breve periodo che emergono con più evidenza. Ciò può parzialmente spiegare il ridotto numero di commenti sui leader dei vecchi partiti.

D'altra parte, è innegabile che due fattori hanno apportato fondamentali modifiche allo stile della competizione elettorale. In primo luogo, la riforma della legge elettorale ha avuto un ruolo non secondario nell'incentivare la personalizzazione della politica. Promuovendo il bipolarismo o comunque la formazione di larghe coalizioni elettorali, le nuove regole hanno fatto convergere l'attenzione del pubblico sui leader delle coalizioni. Infatti, sebbene la legge elettorale non stabilisca che il leader della coalizione vincente sia necessariamente designato capo del governo, nel 1996 Berlusconi e Prodi sono stati fin dall'inizio indicati come i candidati premier e come tali percepiti dagli elettori. Lo stesso era avvenuto nel 1994 per le due coalizioni alleate capeggiate da Berlusconi, mentre una maggiore incertezza aveva caratterizzato, e forse svantaggiato, lo schieramento di centro sinistra. Come è stato messo in luce già negli anni cinquanta dalla Scuola del Michigan, la valutazione delle caratteristiche di un candidato può essere influenzata e distorta dall'identificazione ideologica o di partito. Non è quindi facile quantificare l'impatto dell'«effetto premier» in termini di voti

spostati da una coalizione all'altra. Riguardo alle elezioni del 1996, comunque, alcuni studi hanno convincentemente argomentato che la leadership delle due coalizioni, Polo e Ulivo, è stata tutt'altro che irrilevante, anzi forse addirittura decisiva per l'esito del voto<sup>27</sup>.

Se uno degli effetti della legge elettorale è stato quello di portare alla ribalta i candidati premier, ciò non è certo avvenuto a scapito dei leader che, come è emerso dalle nostre interviste, sono stati anch'essi visibili e ben differenziati agli occhi dell'elettorato. Anche in questo caso, le caratteristiche della competizione elettorale offrono una spiegazione plausibile: i premier non sono a capo di due partiti o di due coalizioni omogenee, ma di coalizioni in cui ogni partito intende mantenere e possibilmente accrescere il suo numero di voti per la parte proporzionale. Di conseguenza, i vari leader hanno l'interesse ad essere presenti sulla scena elettorale e anche a cercare un loro seguito personale. A questo stato di cose ha poi senz'altro contribuito l'effetto trainante dei nuovi partiti – la Lega e Forza Italia – con un'estrema personalizzazione della leadership. Da una parte ciò ha sollecitato i capi degli altri partiti ad esporsi di più per poter competere sullo stesso piano, dall'altra ha indotto nei cittadini una maggiore attenzione alla leadership. In conclusione, si può affermare che le contraddittorie dinamiche promosse dalla legge elettorale hanno nel complesso incentivato la personalizzazione della politica, sia enfatizzando la figura del capo della coalizione, sia sollecitando una maggiore presenza dei leader dei partiti.

Il secondo elemento che ha portato ad una maggiore personalizzazione della politica è la propaganda televisiva. Come già messo in rilievo, la televisione porta le immagini dei leader e dei candidati nelle case dei cittadini, facilitando così l'acquisizione di informazioni sulle loro caratteristiche personali. Dato che la

<sup>27</sup> Secondo Vassallo (1997, 76), «l'esito ha un fortissimo debito verso alcuni elementi specifici della composizione della proposta partitica e degli stimoli prodotti dalla leadership nazionale delle coalizioni. In particolare, esso è dipeso dalla composizione delle coalizioni e dalla maggior presa sull'elettorato mobile dell'immagine complessiva e della leadership dell'Ulivo, così come nel 1994 era stata più efficace la leadership del Polo». Secondo l'analisi del voto '96 fatta da Venturino (1998, 16), «la valutazione comparativa che gli elettori danno dei candidati produce conseguenze notevolissime sia per la formazione delle opinioni in materia di *policy* che per la costituzione degli atteggiamenti verso i partiti». Anche per Bartolini e D'Alimonte (1997, 281-282), non si può escludere la presenza di un effetto leadership nello spiegare la sconfitta del Polo.

televisione è oggi la principale fonte di informazione politica, non ci si può aspettare altro che un sempre più rilevante ruolo del fattore personale. Numerosi studi hanno accertato che la valutazione della personalità dei candidati è diffusa in tutto l'elettorato, indipendentemente dai livelli di istruzione, interesse e coinvolgimento (Glass 1985; Miller *et al.* 1986; Popkin 1991; Rahn 1993; Hacker 1995). Come osservato nei precedenti paragrafi, farsi un'opinione della figura di un uomo politico non è sostanzialmente diverso dal giudicare le persone con cui si ha a che fare nella vita di tutti i giorni in quanto vengono utilizzati gli stessi meccanismi psicologici. Per questo motivo, tra le «scorciatoie cognitive» disponibili all'elettore per interpretare il mondo della politica, affidarsi alle caratteristiche personali dei candidati è senz'altro la più facile perché richiede soltanto un limitato investimento di tempo e attenzione.

Anche in Italia si è intensificata la propaganda politica televisiva; non vi è dunque da meravigliarsi se i soggetti politici più visibili, i leader delle coalizioni e dei partiti, sono noti anche alle fasce di elettori meno istruite e interessate. Di converso, i candidati, che non hanno uguale accesso al mezzo televisivo, sono assai meno conosciuti, tanto che i nostri intervistati hanno mostrato di non possedere uno schema riferito alle caratteristiche personali dei candidati. Come osservato in precedenza, l'elettore medio è «pigro», nel senso che non ha il tempo e la voglia di dedicarsi alla politica; pertanto, se l'informazione sul candidato non lo raggiunge facilmente, non si impegna volentieri a raccoglierla. Non è estraneo a questo stato di cose anche il fatto che i cittadini non percepiscono i candidati come effettivamente responsabili di fronte agli elettori del proprio collegio e quindi non hanno neppure l'interesse a seguirne l'attività una volta eletti. D'altra parte, benché in calo (Nevola 1997, 73), la sempre diffusa pratica di definire le candidature nei collegi secondo logiche di spartizione poco rispettose del radicamento territoriale dei candidati non favorisce certo l'instaurazione di un legame forte cogli elettori. Dunque, sia la scarsa presenza televisiva, sia la mancanza di vincoli stretti tra l'eletto e il proprio collegio, stanno alla base della limitata fortuna del voto personale in Italia. Se però queste condizioni mutassero, i candidati potrebbero diventare assai importanti, dato che, come si è visto, gli elettori possiedono la predisposizione psicologica a prestare attenzione alle caratteristiche personali più che ad altri fattori.

Certamente le ragioni fin qui elencate hanno avuto un ruolo

importante nel far sì che i leader, in secondo piano nei commenti sul vecchio sistema politico, acquistassero maggiore rilevanza in questi ultimi anni. Vi è poi anche un altro fattore, a cui si è già accennato, che ha sicuramente contribuito: i radicali cambiamenti occorsi nel sistema di partito all'inizio degli anni novanta hanno privato gli elettori di quell'insieme di conoscenze che è generalmente acquisito attraverso processi di socializzazione e ripetute esperienze personali. Questo bagaglio informativo include la posizione ideologica dei partiti, le loro istanze programmatiche, le reciproche convergenze e divergenze. Ovviamente non è facile ricostruire tale insieme di conoscenze dall'oggi al domani: affinché gli elettori possano assimilare appieno le caratteristiche dei nuovi partiti, sono necessari tempo e stabilità politica. Ciò è emerso chiaramente dall'analisi delle interviste: da un lato, la rilevazione dello schema sui partiti ci dice che essi conoscono di più i vecchi partiti dei nuovi, segno questo che il processo di apprendimento non si è ancora concluso; dall'altro, la prevalenza dello schema sui leader induce a credere ad un effetto «compensazione»: dovendo ricostruire le proprie conoscenze politiche in breve tempo, gli intervistati si sono concentrati sui soggetti più accessibili e visibili.

Si può così concludere che le trasformazioni del sistema politico italiano abbiano apportato non trascurabili modifiche al modo in cui gli elettori categorizzano la loro conoscenza politica. È probabile che alcuni di questi cambiamenti siano destinati a stabilizzarsi, come la centralità delle figure dei candidati premier e dei leader di partito, in quanto rispondono alle esigenze della nuova competizione elettorale; altre caratteristiche, come la scarsa conoscenza dei programmi dei partiti, potrebbero invece essere il prodotto transitorio della fase di assestamento. Ad ogni modo, le forme e i contenuti della conoscenza organizzata per schemi sono da ritenersi mutati rispetto al passato ed è logico chiedersi se ciò si rifletta sugli atteggiamenti di voto del pubblico italiano. Senza dubbio, il dato più saliente emerso da questa ricerca è che gli elettori sono oggi molto attenti alle caratteristiche personali dei leader di partito e di coalizione. Ciò non può che suggerire che la leadership è destinata ad acquisire un sempre maggiore impatto sul voto.

*Riferimenti bibliografici*

- Almond, G.A. e S. Verba (1963), *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, Princeton, Princeton University Press.
- Asher, H. (1980), *Presidential Elections and American Politics*, Homewood, Dorsey Press.
- Bardi, L. e G. Pasquino (1995), *Politiccizzati ed alienati*, in A. Parisi e H. Schadee (a cura di) (1995), pp. 17-42.
- Bartolini, S. e R. D'Alimonte (1997), *Il maggioritario dei miracoli*, in R. D'Alimonte e S. Bartolini (a cura di), *Maggioritario per caso*, Bologna, Il Mulino, pp. 351-370.
- Beck, P. (1976), *A Socialisation Theory of Partisan Realignment*, in R. Niemi e H. Weisberg (a cura di), *Controversies in American Voting Behaviour*, S. Francisco, Freeman.
- (1977), *Partisan Dealignment in the Post-war South*, in «American Political Science Review», n. 2, pp. 477-496.
- Biorcio, R. (1993), *L'analisi dei gruppi*, Milano, Angeli.
- Bowen, L. (1994), *Time of Voting Decision and Use of Political Advertising*, in «Journalism Quarterly», n. 71, pp. 665-75.
- Brians, C. e M. Wattemberg (1996), *Campaign Issue Knowledge and Salience*, in «American Journal of Political Science», n. 1, pp. 172-193.
- Budge, I., D. Robertson e D. Hearl (a cura di) (1987), *Ideology, Strategy and Party Change: Spatial Analysis of Post War Election Programmes in 19 Democracies*, Cambridge, Cambridge Univ. Press.
- Campbell, A., P.E. Converse, W.E. Miller e D.E. Stokes (1960), *The American Voter*, New York, Wiley.
- Campus, D. (1998), *Changing Political Attitudes in Italy: A Study of the 1996 Election*, paper presentato all'Ecpr Warwick Joint Sessions, 23-28 marzo.
- (2000), *L'elettore pigro. Informazione politica e scelta di voto*, Bologna, Il Mulino, in corso di pubblicazione.
- Cartocci, R. (1994), *Fra Lega e Chiesa*, Bologna, Il Mulino.
- Chaffee, S. e R. Rimal (1996), *Time of Vote Decision and Openness to Persuasion*, in D. Mutz, P. Sniderman e R. Brody, pp. 267-291.
- Colucci, F.P. e E. Camussi (1997), *Rappresentazione della politica e dei politici in Italia e in Francia*, in «lkon», n. 2, pp. 43-77.
- Conover, P. e S. Feldman (1981), *The Origins and Meanings of Liberal/conservative Self-identifications*, in «American Journal of Political Science», n. 3, pp. 617-645.
- (1982), *Projection and the Perception of Candidates*, in «Western Political Quarterly», n. 2, pp. 228-244.
- (1984), *How People Organize the Political World: A Schematic Model*, in «American Journal of Political Science», n. 1, pp. 95-126.

- (1986), *The Role of Inference in the Perception of Political Candidates*, in Lau e Sears (1986).
- (1989), *Candidate Perception in an Ambiguous World*, in «American Journal of Political Science», n. 1, pp. 95-126.
- Converse, P. (1962), *Information Flow and the Stability of Partisan Attitudes*, in «Public Opinion Quarterly», n. 4, pp. 578-599.
- (1964), *The Nature of Beliefs Systems in Mass Public*, in D. Apter (a cura di), *Ideology and Discontent*, New York, The Free Press, pp. 206-261.
- Corbetta, P. e A. Parisi (a cura di) (1997a), *A domanda risponde*, Bologna, Il Mulino.
- (a cura di) (1997b), *Cavalieri e fanti*, Bologna, Il Mulino.
- Delli Carpini, M. e S. Keeter (1993), *Measuring Political Knowledge. Putting First Things First*, in «American Journal of Political Science», n. 4, pp. 1179-1206.
- (1996), *What Americans Know about Politics and why it matters*, New Haven, Yale University Press.
- Diamanti, I. (1997), *Identità cattolica e comportamento di voto. L'unità e la fedeltà non sono più virtù*, in Corbetta e Parisi (a cura di) (1997a), pp. 317-362.
- Downs, A. (1957), *An Economic Theory of Democracy*, New York, Harper and Row.
- Erber, R. e R. Lau (1990), *Political Cynicism Revisited: An Information-processing Reconciliation of Policy-based and Incumbency-based Interpretations of Changes in Trust in Government*, in «American Political Science Review», n. 1, pp. 236-253.
- Feldman, S. (1988), *Structure and Consistency in Public Opinion: the Role of Core Beliefs and Values*, in «American Journal of Political Science», n. 2, pp. 416-438.
- Fiske, S. e S. Taylor (1984), *Social Cognition*, New York, McGraw-Hill.
- Fuchs, D. e H. Klingemann (1990), *The Left-right Schema*, in M. Jennings *et al.* (a cura di), *Continuities in Political Action*, Berlin, Walter de Gruyter, pp. 203-234.
- Glass, D.P. (1985), *Evaluating Presidential Candidates: Who Focuses on Their Attitudes*, in «Public Opinion Quarterly», n. 4, pp. 517-534.
- Graber, D. (1988), *Processing the News: How People Tame the Information Tide*, White Plains, Longman.
- Guidorossi, G. e G. Sani (1986), *Come cambiano gli atteggiamenti degli italiani*, in «Biblioteca della Libertà», n. 92, pp. 111-137.
- Hacker, K.L. (1995), *Candidate Images in Presidential Elections*, New York, Praeger.
- Hamill, R., M. Lodge e F. Blake (1985), *The Breath, Depth and Utility of Class, Partisan and Ideological Schemata*, in «American Journal of Political Science», n. 3, pp. 850-870.

- Hirschmann, A.O. (1991), *The Rethoric of Reaction*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press; trad.it. *Le retoriche dell'intransigenza*, Bologna, Il Mulino, 1991.
- Hurwitz, J e Peffley, M. (1987), *How are Foreign Policy Attitudes Structured? A Hierarchical Model*, in «American Political Science Review», n. 3, pp. 1009-1030.
- Inglehart, R. (1990), *Culture Shifts in Advanced Industrial Societies*, Princeton, Princeton University Press; trad. it. *Valori e cultura politica nella società industriale avanzata*, Torino, Petrini.
- Kinder, D. e D. Sears (1985), *Public Opinion and Political Action*, in G.Lindzey e E. Aronson (a cura di), *Handbook of Political Science*, vol. 2, Reading, Mass., Addison-Wesley, pp. 625-741.
- Kraus, S. e R. Perloff (a cura di) (1985), *Mass Media and Political Thought*, Beverly Hills, Sage.
- Krueger, R. (1994), *Focus Groups: a Practical Guide for Applied Research. Second Edition*, Thousand Oaks, Sage; ed. or. 1988.
- Kuklinski, J., R. Luskin, e J. Bolland (1991), *Where is the Schema? Going Beyond the «S» Word in Political Psychology*, in «American Political Science Review», n. 4, pp. 1341-55.
- Lane, R. (1962), *Political Ideology*, New York, The Free Press.
- Lanzetta, J. (1985), *Emotional and Cognitive Responses to Televised Images of Political Leaders*, in Kraus e Perloff (1985).
- LaPalombara, J. (1966), *Italy: Fragmentation, Isolation, Alienation*, in L.W. Pye e S. Verba (a cura di), *Political Culture and Political Development*, Princeton, Princeton University Press.
- (1987), *Democrazia all'italiana*, Milano, Mondadori.
- Lau, R. (1986), *Political Schemata, Candidate Evaluations, and Voting Behaviour*, in Lau e Sears (1986), pp. 95-126.
- Lau, R. (1990), *Political Motivation and Political Cognition*, in E. Higgins e R. Sorrentino (a cura di), *Handbook of Motivation and Cognition*, New York, Guildford Press, pp. 297-329.
- Lau, R. e J. Redlawsk (1997), *Voting Correctly*, in «American Political Science Review», n. 3, pp. 585-598.
- Lau, R. e D. Sears (1986), *Political Cognition*, Erlbaum, Hillsdale, NJ.
- Lazarsfeld, P., B. Berelson e H. Gaudet (1944), *The People's Choice*, New York, Columbia University Press.
- Levitin, T. e W. Miller (1979), *Ideological Interpretation of Presidential Election*, in «American Political Science Review», n. 3, pp. 751-771.
- Lodge, M. e R. Hamill (1986), *A Partisan Schema for Political Information-processing*, in «American Political Science Review», n. 80, pp. 505-519.
- Lodge, M., K. McGraw e P. Stroh (1989), *An Impression-driven Model of Candidate Evaluation*, in «American Political Science Review», n. 2, pp. 399-420.

- Lodge, M., K. McGraw, P. Conover, S. Feldman e A. Miller (1991), *Where is the Schema? Critiques*, in «American Political Science Review», n. 4, pp. 1357-1380.
- Lodge, M. e K. McGraw (a cura di) (1995), *Political Judgement: Structure and Process*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- Lodge, M., M. Steenbergen e S. Braun (1995), *The Responsive Voter: Campaign Information and the Dynamics of Candidate Evaluation*, in «American Political Science Review», n. 1, pp. 309-326.
- Lodge, M., P. Stroh e J. Wahlke (1990), *Black Box Models of Candidate Evaluation*, in «Political Behavior», n. 12, pp. 5-18.
- Lupia, A. (1994), *Shortcuts vs Encyclopedias: Information and Voting Behaviour in California Insurance Reform Elections*, in «American Political Science Review», n. 88, pp. 63-76.
- Maraffi, M. (1997), *Da un maggioritario all'altro: candidati e schieramenti nella transizione politica italiana*, in Corbetta e Parisi (a cura di) (1997a), pp. 177-214.
- Markus, G. e N. MacKuen (1993), *Anxiety, Enthusiasm, and the Vote. The Emotional Underpinnings of Learning and Involvement during Presidential Campaign*, in «American Political Science Review», n. 3, pp. 672-685.
- Merton, R., M. Fiske e P. Kendall (1990), *The Focused Interview. Second Edition*, New York, The Free Press; ed. or. 1956.
- Miller, A.H. (1974), *Political Issues and Trust in Government*, in «American Political Science Review», n. 3, pp. 951-972.
- Miller, A. (1986), *Partisan Cognitions in Transition* in Lau e Sears (1986), pp. 203-232.
- Miller, A. e K. Asp (1985), *Learning about Politics from the Media*, in Kraus e Perloff (a cura di) (1985), pp. 241-266.
- Miller, A., M. Wattemberg e O. Malanchuck (1986), *Schematic Assessments of Presidential Candidates*, in «American Political Science Review», n. 3, pp. 521-540.
- Nadeau, R., R. Niemi e T. Amato (1995), *Emotions, Issue Importance and Political Learning*, in «American Journal of Political Science», n. 3, pp. 559-594.
- Neuman, W.R. (1986), *The Paradox of Mass Politics*, Cambridge, Harvard University Press.
- Neuman, W.R., M. Just e A. Crigler (1992), *Common Knowledge*, Chicago, University of Chicago Press.
- Nevola, G. (1997), *Alla ricerca di un ceto politico. I candidati del ciclo 1994-96 tra innovazione e consolidamento*, in Corbetta e Parisi (a cura di) (1997b), pp. 19-78.
- Nie, N., S. Verba e J. Petrovick (1979), *The Changing American Voter*, Cambridge, Harvard University Press.
- Nisbett R. e L. Ross (1980), *Human Inference*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

- Parisi, A. (1995), *Appartenza, opinione e scambio*, in Parisi e Schadee (a cura di) (1995), pp. 359-392.
- Parisi, A. e G. Pasquino (a cura di) (1977), *Continuità e mutamento elettorale in Italia*, Bologna, Il Mulino.
- Parisi, A. e H. Schadee (a cura di) (1995), *Sulla soglia del cambiamento*, Bologna, Il Mulino.
- Pasquino, G. (a cura di) (1987), *Mass media e sistema politico*, Milano, F. Angeli.
- Payne, J., J. Bettman e E. Johnson (1992), *Behavioural Decision Research: A Constructive Processing Perspective*, in «Annual Review of Psychology», n. 43, pp. 87-113.
- Peffley, M. e J. Hurwitz (1985), *A Hierarchical Model of Attitude Constraint*, in «American Journal of Political Science», n. 4, pp. 871-890.
- Piazza, T., P. Sniderman e P. Tetlock (1989), *Analysis of the Dynamics of the Political Reasoning: A General Purpose, Computer-assisted Methodology*, in J. Stimson (a cura di), *Political Analysis*, Ann Arbor, Univ. of Michigan.
- Popkin, S. (1991), *The Reasoning Voter*, Chicago, Chicago University Press.
- Putnam, R. (1993), *Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, Princeton University Press; tr. it. *La tradizione civica nelle regioni italiane*, Milano, Mondadori, 1993.
- Rahn, W. (1993), *The Role of Partisan Stereotypes in Information-processing about Political Candidates*, in «American Journal of Political Science», n. 2, pp. 472-496.
- (1985), *Human Nature in Politics: the Dialogue in Psychology with Political Science*, in «American Political Science Review», n. 2, pp. 293-304.
- Sani, G. (1976), *L'immagine dei partiti nell'elettorato*, in M. Caciagli e A. Spreafico (a cura di), *Un sistema politico alla prova*, Bologna, Il Mulino, pp. 85-126.
- (1980), *The Political Culture of Italy: Continuity and Change*, in G.A. Almond e S. Verba (a cura di), *The Civic Culture Revised*, London, Sage Publications, pp. 273-324.
- Sani, G. e P. Segatti (1997), *Programmi, media e opinione politica*, in R. D'Alimonte e S. Bartolini (1997), *Maggioritario per caso*, Bologna, Il Mulino, pp. 11-34.
- Schadee, H. (1995), *Destra, sinistra, centro: etichette partitiche e contenuti politici*, in Parisi e Schadee (a cura di), pp. 75-104.
- Simon, H. (1957), *Models of Man*, New York, Wiley.
- (1985), *Human Nature in Politics: The Dialogue in Psychology with Political Science*, in «American Political Science Review», n. 79, pp. 293-304.
- Sniderman, P., R. Brody e P. Tetlock (1991), *Reasoning and Choice*, Cambridge, Cambridge University Press.

- Schwarz, N. e J. Jacobs (1979), *Qualitative sociology*, New York, The Free Press.
- Vassallo, S. (1997), *Struttura della competizione e risultato elettorale*, in Corbetta e Parisi (1997a), pp. 21-80.
- Venturino, F. (1998), *Gli effetti della leadership nelle elezioni politiche del 1996*, paper presentato al Convegno annuale della Società Italiana di Scienza Politica, Milano, 18-19 giugno.
- Watterberg, M. (1981), *The Decline of Political Partisanship in the United States: Negativity or Neutrality?*, in «American Political Science Review», n. 4, pp. 941-950.
- Zaller, J. (1992), *The Nature and the Origins of Mass Opinion*, Cambridge, Cambridge University Press.