

Itanes

Dov'è la vittoria?

Il voto del 2006 raccontato dagli italiani

il Mulino

ISBN 88-15-11486-6

Copyright © 2006 by Società editrice il Mulino, Bologna. Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere fotocopiata, riprodotta, archiviata, memorizzata o trasmessa in qualsiasi forma o mezzo – elettronico, meccanico, reprografico, digitale – se non nei termini previsti dalla legge che tutela il Diritto d'Autore. Per altre informazioni si veda il sito www.mulino.it/edizioni/fotocopie

L'Italia è spaccata in due? Dopo le ultime elezioni politiche, questa domanda è ricorsa più volte. Ci si è chiesti se gli elettori del centrosinistra e del centrodestra siano davvero così diversi; se davvero, quando ci troviamo di fronte a una persona che ha votato per una parte politica differente dalla nostra, dobbiamo aspettarci che le sue scelte di vita, così come le sue azioni quotidiane, siano guidate da bisogni, obiettivi o valori differenti, se non addirittura opposti, rispetto ai nostri. Una delle ipotesi che sono state formulate è che la contrapposizione tra i due elettorati sia, di fatto, più apparente che reale, e in larga misura riconducibile alla progressiva bipolarizzazione della politica italiana, che indurrebbe di necessità a schierarsi da una parte o dall'altra. Insomma, si tratta di una spaccatura legata soprattutto al cambiamento dell'offerta politica, oppure i due elettorati sono davvero così diversi e tra loro contrapposti? Un modo per rispondere a questa domanda è porre a confronto la gerarchia dei valori dei due elettorati.

Cosa sono i valori?

Da un punto di vista psicologico i valori sono convinzioni, relativamente stabili, che le persone hanno circa modi ideali e desiderabili di essere o di agire (per esempio, essere indipendenti, essere creativi, rispettare la tradizione, avere successo). In quanto tali, i valori si configurano come scopi da raggiungere, principi guida che orientano gli atteggiamenti e le azioni di una persona in vari ambiti: familiare, sociale, lavorativo, e naturalmente anche politico. Per esempio, se per una persona è importante avere successo, probabilmente non solo cercherà di fare una carriera

brillante, ma cercherà anche di fare colpo sugli amici con cui trascorre il tempo libero. E, con tutta probabilità, sarà affascinata da un leader politico che abbia l'immagine di uomo brillante e di successo, e sarà attratta da un programma di riforme sociali improntato alla meritocrazia.

Proprio per il fatto che i valori svolgono questa basilare funzione di orientamento degli atteggiamenti e delle azioni in vari ambiti, incluso quello politico, conoscere i valori che gli elettori riconoscono come principi guida della loro esistenza appare di una certa rilevanza. Per effettuare un'indagine di questo tipo tramite un questionario una prima questione cruciale da affrontare riguarda la lista dei valori da proporre agli intervistati. È necessario poter contare su una lista di valori sufficientemente attendibile e completa, all'interno della quale far scegliere agli elettori quelli che reputano più importanti o viceversa meno importanti per la loro vita. Un contributo significativo in questa direzione è stato offerto dallo psicologo Shalom Schwartz, che nel corso di molti anni ha effettuato ricerche sui valori delle persone in più di sessanta paesi di vari continenti. Grazie ai risultati di queste ricerche, Schwartz è giunto a individuare dieci tipi di valori di base, che le persone di tutte le culture riconoscerebbero come scopi più o meno importanti della loro vita. Questo sistema di valori è stato definito da Schwartz come universale non solo perché è riconosciuto da persone appartenenti a società e culture anche molto diverse tra loro, ma anche perché deriverebbe da alcuni bisogni psicologici fondamentali, come quello di controllare la realtà che ci circonda o quello di stabilire legami con altre persone. I dieci tipi di valori individuati da Schwartz sono elencati nella tabella 9.1, insieme a una descrizione dello scopo che li caratterizza e a un elenco degli indicatori che abbiamo utilizzato nell'inchiesta Itanes per stimare la presenza di questi valori nei nostri intervistati.

I numerosi studi effettuati su questa lista di valori hanno mostrato che quando viene ritenuto importante un certo valore, spesso anche altri valori vengono considerati tali, mentre altri ancora vengono rifiutati. Sulla base di queste relazioni di compatibilità o viceversa di incompatibilità tra i diversi tipi di valori,

TAB. 9.1. I DIECI TIPI DI VALORI DEL SISTEMA DI SCHWARTZ E GLI INDICATORI UTILIZZATI PER STIMARLI NEL QUESTIONARIO ITANES

VALORE	SCOPO	INDICATORI
<i>Sicurezza</i>	Stabilità e ordine nelle relazioni interpersonali e sociali	Vivere in una nazione sicura Vivere in un ambiente sicuro
<i>Conformismo</i>	Limitazione di azioni e impulsi potenzialmente dannosi per gli altri o incoerenti con le norme sociali	Seguire sempre le regole Essere beneducati e cortesi
<i>Tradizione</i>	Accettazione e rispetto dei costumi e delle idee proprie di una cultura e/o di una religione	Avere rispetto per la tradizione Essere modesti e umili
<i>Autodirezione</i>	Indipendenza di pensiero e di azione	Essere indipendenti Avere nuove idee, essere creativi
<i>Stimolazione</i>	Condurre un'esistenza stimolante, ricca di sfide	Avere una vita piena di novità e cambiamento Avere una vita eccitante
<i>Edonismo</i>	Gratificazione dei sensi	Godersi la vita Soddisfare i propri desideri
<i>Successo</i>	Raggiungimento del successo personale attraverso la dimostrazione della propria competenza	Avere successo nella vita Essere ambiziosi
<i>Potere</i>	Raggiungimento di uno status socioeconomico elevato e di una posizione di dominanza sugli altri	Avere una posizione di comando Essere ricchi e avere cose costose
<i>Universalismo</i>	Comprensione, tolleranza e protezione di tutte le persone e della natura	Dare a tutti le stesse opportunità nella vita Essere tolleranti nei confronti di persone e idee diverse
<i>Benevolenza</i>	Mantenimento e miglioramento del benessere delle persone con cui si è in diretto contatto	Aiutare quelli che ci stanno intorno Rispondere ai bisogni degli altri

è possibile raggruppare i dieci tipi di valori all'interno di due dimensioni, ciascuna caratterizzata da due poli opposti.

La prima dimensione è quella che Schwartz ha definito della *conservazione-apertura al cambiamento*. Al polo della *conservazione* questa dimensione include i valori della *sicurezza*, del *conformismo* e della *tradizione*, ossia valori che esaltano la salvaguardia della stabilità sociale e la subordinazione ad aspettative e norme socialmente condivise. All'altro polo della stessa dimensione, quello dell'*apertura al cambiamento*, troviamo invece i valori dell'*autodirezione*, della *stimolazione* e dell'*edonismo*, ossia valori che esaltano

l'indipendenza del pensiero e dell'azione individuale, nonché la ricerca delle occasioni che consentono di godersi la vita.

La seconda dimensione lungo la quale è possibile organizzare i valori è quella dell'*autoaffermazione-autotrascendenza*. Al polo dell'*autoaffermazione* troviamo i valori del *successo* e del *potere*, ossia valori che enfatizzano la ricerca del successo personale e del predominio sugli altri. Al polo dell'*autotrascendenza* troviamo invece i valori dell'*universalismo* e della *benevolenza*, ossia valori che enfatizzano l'uguaglianza, l'accettazione degli altri e l'impegno per il loro benessere.

La stima dell'importanza attribuita ai diversi valori dagli elettori è stata realizzata nell'inchiesta Itanes postelettorale (*panel*). La domanda iniziale che veniva posta agli intervistati era la seguente: «Le elencherò una serie di valori. Per favore, giudichi l'importanza di ciascuno di essi come principio guida della sua vita, dicendomi per ciascun valore se per lei esso è: contrario ai suoi principi, non importante, poco importante, abbastanza importante, molto importante». Come si può vedere nella tabella 9.1, per ciascun tipo di valore sono stati utilizzati due diversi indicatori, per un totale di venti. Ad esempio, nel caso della benevolenza gli indicatori utilizzati sono stati «aiutare quelli che ci stanno intorno» e «rispondere ai bisogni degli altri», mentre nel caso del successo gli indicatori utilizzati sono stati «avere successo nella vita» ed «essere ambiziosi». In questo modo è stato possibile indagare la gerarchia di valori degli intervistati e gli eventuali legami con le loro scelte politiche.

Quali sono i valori più importanti?

Prendiamo anzitutto in esame le risposte dell'intero campione di intervistati che hanno dichiarato il loro voto, senza differenziarle per il momento in funzione del partito votato. Nella tabella 9.2 i dieci tipi di valore sono presentati in ordine di importanza attribuita loro dagli intervistati e, scorrendola, appare subito evidente che alcuni valori sono ritenuti molto importanti da una percentuale elevata di intervistati, mentre su altri il consenso è molto minore.

Il primo posto è occupato dal valore della sicurezza: «vivere in una nazione sicura» e «vivere in un ambiente sicuro» vengono ritenuti due scopi molto importanti rispettivamente dal 71 e dal 69,1% degli intervistati. Il secondo posto è occupato dal conformismo, ossia da un altro valore che, come la sicurezza, appartiene alla polarità che abbiamo definito della conservazione nell'ambito della dimensione conservazione-apertura al cambiamento. Dei due indicatori del conformismo uno, «essere beneducati e cortesi», trova un'adesione particolarmente elevata, nel senso che viene ritenuto molto importante dal 62,7% degli intervistati, mentre decisamente minore è l'adesione al secondo, «seguire sempre le regole», ritenuto molto importante «solo» dal 37,8% degli intervistati. Il terzo valore più condiviso è quello dell'autodirezione, che consiste nell'attribuire importanza alla propria indipendenza, così come al fatto di essere originali e creativi.

Dobbiamo scendere nella gerarchia di importanza per arrivare ai valori che riguardano la relazione con altre persone (polarità dall'autotrascendenza nella dimensione autoaffermazione-autotrascendenza). Al quarto posto troviamo il valore dell'universalismo («dare a tutti le stesse opportunità nella vita» è giudicato molto importante dal 47,7% degli intervistati ed «essere tolleranti nei confronti di persone e idee diverse» dal 33,2%) e al sesto posto quello della benevolenza, intesa come volontà di aiutare coloro che ci stanno intorno (molto importante per il 38,7% degli intervistati) e di venire incontro ai loro bisogni (molto importante per il 28,8% degli intervistati). Occupano una posizione intermedia nella gerarchia dei valori degli elettori anche il valore della tradizione, corrispondente allo scopo di rispettare costumi derivanti dalla propria cultura o religione, e quello dell'edonismo, corrispondente allo scopo di godersi la vita e soddisfare i propri desideri. Nelle ultime posizioni della gerarchia troviamo infine i valori del successo, della stimolazione e del potere. Mentre la stimolazione rientra nella dimensione conservazione-apertura al cambiamento e corrisponde allo scopo di condurre un'esistenza ricca di novità e cambiamenti, il successo e il potere si trovano al polo dell'autoaffermazione nella dimensione autoaffermazione-autotrascendenza. Il successo corrisponde allo scopo di mostrarsi

TAB. 9.2. VALUTAZIONE DELL'IMPORTANZA DI CIASCUN VALORE COME PRINCIPIO GUIDA DELLA PROPRIA VITA (VALORI PERCENTUALI)

VALORI	OPPOSTO AI MIEI PRINCIPI	NON IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	ABBASTANZA IMPORTANTE	MOLTO IMPORTANTE	TOTALE	(N)
<i>Sicurezza</i>							
Vivere in una nazione sicura	0,1	0,3	1,6	27,0	71,0	100	(1.283)
Vivere in un ambiente sicuro	0,2	0,4	1,9	28,4	69,1	100	(1.282)
<i>Conformismo</i>							
Seguire sempre le regole	0,2	1,5	7,7	52,8	37,8	100	(1.279)
Essere beneducati e cortesi	0,2	0,6	2,4	34,1	62,7	100	(1.279)
<i>Autodirezione</i>							
Essere indipendenti	0,2	1,8	5,6	42,5	49,9	100	(1.279)
Avere nuove idee, essere creativi	0,1	2,4	8,4	53,3	35,8	100	(1.276)
<i>Universalismo</i>							
Dare a tutti le stesse opportunità nella vita	0,1	1,2	4,6	46,4	47,7	100	(1.274)
Essere tolleranti nei confronti di persone e idee diverse	0,3	1,7	7,8	57,0	33,2	100	(1.275)
<i>Tradizione</i>							
Avere rispetto per la tradizione	0,4	2,2	9,4	50,5	37,5	100	(1.277)
Essere modesti e umili	0,4	1,5	12,7	48,5	36,9	100	(1.273)

VALORI	OPPOSTO AI MIEI PRINCIPI	NON IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE	ABBASTANZA IMPORTANTE	MOLTO IMPORTANTE	TOTALE	(N)
<i>Benevolenza</i>							
Aiutare quelli che ci stanno intorno	0,0	0,9	3,5	56,9	38,7	100	(1.279)
Rispondere ai bisogni degli altri	0,1	0,9	7,6	62,6	28,8	100	(1.265)
<i>Edonismo</i>							
Godersi la vita	0,1	2,2	9,4	60,5	27,8	100	(1.279)
Soddisfare i propri desideri	0,3	1,5	9,4	68,4	20,4	100	(1.275)
<i>Successo</i>							
Avere successo nella vita	0,5	5,3	15,0	60,1	19,1	100	(1.282)
Essere ambiziosi	1,0	9,2	22,2	53,9	13,7	100	(1.274)
<i>Stimolazione</i>							
Avere una vita piena di novità e cambiamento	0,6	7,2	26,8	53,2	12,2	100	(1.272)
Avere una vita eccitante	2,5	14,9	38,4	35,8	8,4	100	(1.273)
<i>Potere</i>							
Avere una posizione di comando	2,7	18,3	41,0	32,0	6,0	100	(1.265)
Essere ricchi e avere cose costose	3,9	23,3	43,7	25,6	3,5	100	(1.276)

fonte: Itanes 2006, inchiesta panel/ postale elettorale.

competente in base agli standard propri di ogni cultura al fine di guadagnare l'approvazione sociale. Il potere corrisponde invece allo scopo di raggiungere uno status socioeconomico elevato e di ottenere una posizione di dominanza rispetto alle altre persone. La percentuale di intervistati che giudicano molto importanti questi due valori è molto bassa, mentre in entrambi i casi raggiunge circa il 60% la percentuale di coloro che li ritengono poco o per niente importanti, o addirittura opposti ai loro principi.

I valori della Casa delle libertà e quelli dell'Unione

Se questo è il quadro generale della gerarchia di valori dei nostri intervistati, prendiamo ora in esame i dati separati in funzione del voto per un partito della Casa delle libertà o viceversa dell'Unione. La tabella 9.3 consente di vedere su quali valori le due categorie di elettori appaiono tutto sommato consonanti e su quali invece appaiono differenziarsi in modo più o meno marcato. Soffermandoci solamente su questi ultimi, osserviamo che gli elettori di centrodestra sono più orientati degli elettori di centrosinistra a dare importanza ai valori della sicurezza e del conformismo. Il maggiore accento sui valori della conservazione è completato dalla percentuale più elevata di elettori di centrodestra che ritengono molto importante «avere rispetto per la tradizione». Una differenza di segno opposto si osserva per i valori dell'universalismo e, in minor misura, della benevolenza, ritenuti molto importanti da una percentuale più elevata di elettori di centrosinistra (lo scarto maggiore tra i due elettorati, il 12%, riguarda l'obiettivo di «essere tolleranti nei confronti di persone e idee diverse»). Tuttavia, per trovare le differenze più marcate tra elettori della Casa delle libertà ed elettori dell'Unione dobbiamo scendere nella gerarchia dei valori, fino a due dei valori che abbiamo visto essere tra i più «rifiutati» dagli intervistati, vale a dire il successo e il potere. Dalla tabella emerge chiaramente che questo «rifiuto» è in effetti molto più evidente tra gli elettori dell'Unione rispetto a quelli della Casa delle libertà, con uno scarto tra i due gruppi che arriva a essere del 15% nel caso dello scopo «essere ambiziosi» (indicatore del valore

TAB. 9.3. DIFFERENZA TRA ELETTORI DELLA CASA DELLE LIBERTÀ ED ELETTORI DELL'UNIONE NELL'IMPORTANZA ATTRIBUITA A CIASCUN VALORE (VALORI PERCENTUALI)

	OPPOSTO AI MIEI PRINCIPI; NON/POCO IMPORTANTE	MOLTO IMPORTANTE
<i>Sicurezza</i>		
Vivere in una nazione sicura	-1,5	+5,6
Vivere in un ambiente sicuro	-0,3	+6,9
<i>Conformismo</i>		
Seguire sempre le regole	-0,2	+9,5
Essere beneducati e cortesi	-0,6	+6,1
<i>Autodirezione</i>		
Essere indipendenti	-4,9	-0,3
Avere nuove idee, essere creativi	-0,3	+0,9
<i>Universalismo</i>		
Dare a tutti le stesse opportunità nella vita	+2,4	-7,7
Essere tolleranti nei confronti di persone e idee diverse	+4,2	-12,0
<i>Tradizione</i>		
Avere rispetto per la tradizione	-6,1	+13,7
Essere modesti e umili	+1,9	+0,8
<i>Benevolenza</i>		
Aiutare quelli che ci stanno intorno	+1,2	-7,7
Rispondere ai bisogni degli altri	+1,3	-4,0
<i>Edonismo</i>		
Godersi la vita	-1,4	+6,5
Soddisfare i propri desideri	-4,9	+3,9
<i>Successo</i>		
Avere successo nella vita	-4,2	+5,1
Essere ambiziosi	-15,0	+9,7
<i>Stimolazione</i>		
Avere una vita piena di novità e cambiamento	+1,0	+3,9
Avere una vita eccitante	-4,9	+3,4
<i>Potere</i>		
Avere una posizione di comando	-10,4	+3,3
Essere ricchi e avere cose costose	-11,1	+0,4

nota: Le differenze con segno *positivo* indicano una prevalenza della risposta tra gli elettori della Casa delle libertà; quelle con segno *negativo* una prevalenza tra gli elettori dell'Unione.

fonte: Itanes 2006, inchiesta *panel* postelettorale.

del successo) e dell'11,1% nel caso dello scopo «essere ricchi e avere cose costose» (indicatore del valore del potere).

Nel complesso, possiamo dire che le differenze più nette tra elettori della Casa delle libertà e dell'Unione riguardano i valori che si collocano lungo la dimensione che abbiamo definito dell'auto-

affermazione-autotrascendenza: mentre gli elettori dell'Unione attribuiscono più rilevanza ai valori dell'universalismo e della benevolenza, gli elettori della Casa delle libertà danno più rilevanza ai contrapposti valori del successo e del potere. Anche lungo la dimensione della conservazione-apertura al cambiamento troviamo alcune differenze tra i due elettorati, relative tuttavia solo ai valori che appartengono al polo della conservazione (in particolare sicurezza e conformismo), più accentuati negli elettori di centrodestra.

I valori dei partiti

Dopo esserci soffermati sulle differenze più evidenti tra i due elettorati di centrosinistra e di centrodestra, esaminiamoli ora un po' più da vicino per verificare la presenza di eventuali differenze in funzione dello specifico partito votato. Se è vero infatti che l'attuale offerta politica sembra favorire una semplificazione e dicotomizzazione delle posizioni politiche, è anche probabile che tra gli elettorati dei partiti facenti parte di una stessa coalizione si possano osservare differenze ideologiche e di valore anche piuttosto marcate, radicate nella storia più o meno consolidata del partito stesso e dei suoi sostenitori.

In questa analisi differenziata per partito soffermeremo la nostra attenzione solo sui partiti maggiori (quelli che hanno ricevuto almeno il 4% dei voti alla Camera), poiché per ciascuno di essi possiamo contare su un numero di intervistati sufficientemente elevato da consentire un confronto attendibile tra i vari gruppi. Inoltre prenderemo in esame le risposte relative ai valori raggruppandole in funzione del sistema proposto da Schwartz, quindi considerando prima i valori che rientrano nella dimensione della conservazione-apertura al cambiamento e poi quelli che rientrano nella dimensione della autoaffermazione-autotrascendenza.

Nella tabella 9.4 è riportata l'importanza media attribuita ai valori della conservazione-apertura al cambiamento dagli elettori dei vari partiti. Prendiamo anzitutto in esame i valori che appartengono alla polarità della conservazione, vale a dire sicurezza, conformismo e tradizione. Abbiamo già visto che questi valori

TAB. 9.4. IMPORTANZA ATTRIBUITA DAGLI ELETTORI DEI VARI PARTITI E LISTE AI VALORI DELLA CONSERVAZIONE-APERTURA AL CAMBIAMENTO

VALORI	RC	ULIVO	UDC	FI	AN	LEGA
<i>Sicurezza</i>						
Vivere in una nazione sicura	2,61	2,72	2,70	2,75	2,75	2,89
Vivere in un ambiente sicuro	2,55	2,67	2,61	2,77	2,73	2,77
<i>Conformismo</i>						
Seguire sempre le regole	2,37	2,29	2,47	2,39	2,22	2,43
Essere beneducati e cortesi	2,62	2,64	2,69	2,65	2,64	2,75
<i>Tradizione</i>						
Avere rispetto per la tradizione	2,12	2,18	2,29	2,40	2,42	2,23
Essere modesti e umili	2,44	2,21	2,20	2,24	2,14	2,20
<i>Autodirezione</i>						
Essere indipendenti	2,54	2,43	2,51	2,49	2,53	2,46
Avere nuove idee, essere creativi	2,35	2,31	2,27	2,29	2,36	2,26
<i>Stimolazione</i>						
Avere una vita piena di novità e cambiamento	1,85	1,70	1,70	1,80	1,73	1,89
Avere una vita eccitante	1,48	1,28	1,19	1,37	1,46	1,62
<i>Edonismo</i>						
Godersi la vita	2,29	2,11	2,16	2,16	2,32	2,18
Soddisfare i propri desideri	2,16	2,04	2,01	2,15	2,27	2,13

nota: Punteggi medi. Scala a 5 punti da -1 = opposto ai miei principi a 3 = molto importante.

fonte: Itanes 2006, inchiesta *panel* postelettorale.

sono in generale molto sottolineati dagli elettori, con una leggera prevalenza tra gli elettori di centrodestra. I dati del confronto tra partiti mettono in evidenza qualche ulteriore differenziazione. Ad esempio, l'obiettivo di vivere in una nazione sicura è più sottolineato dagli elettori della Lega mentre è meno sottolineato dagli elettori di Rifondazione. Nel complesso, comunque, le differenze rispetto ai valori della conservazione appaiono limitate, sia all'interno di ciascuna coalizione sia tra una coalizione e l'altra. Ancora più limitate appaiono le differenze rispetto ai valori dell'apertura al cambiamento. Questo dato era già emerso nel confronto sintetico tra elettori di centrosinistra e di centrodestra. L'analisi separata per partito ci mostra ora che le differenze, dove ci sono, riguardano l'accentuazione di questo o quel valore in un singolo partito (ad esempio l'accentuazione dei valori dell'edonismo nei militanti di An), confermando l'assenza di una relazione ben definita tra l'importanza attribuita a questi valori e la scelta di voto.

TAB. 9.5. IMPORTANZA ATTRIBUITA DAGLI ELETTORI DEI VARI PARTITI E LISTE AI VALORI DELL'AUTOAFFERMAZIONE-AUTOTRASCENDENZA

VALORI	RC	ULIVO	UDC	FI	AN	LEGA
<i>Successo</i>						
Avere successo nella vita	1,85	1,95	1,89	2,06	1,99	2,05
Essere ambiziosi	1,67	1,63	1,79	1,87	1,96	2,10
<i>Potere</i>						
Avere una posizione di comando	1,21	1,16	1,17	1,43	1,33	1,56
Essere ricchi e avere cose costose	0,78	0,95	0,94	1,22	1,20	1,15
<i>Universalismo</i>						
Dare a tutti le stesse opportunità nella vita	2,66	2,53	2,45	2,32	2,35	2,49
Essere tolleranti nei confronti di persone e idee diverse	2,46	2,34	2,29	2,17	2,18	2,07
<i>Benevolenza</i>						
Aiutare quelli che ci stanno intorno	2,52	2,40	2,32	2,37	2,23	2,24
Rispondere ai bisogni degli altri	2,40	2,27	2,20	2,20	2,19	2,19

nota: Punteggi medi. Scala a 5 punti da -1 = opposto ai miei principi a 3 = molto importante.

fonte: Itanes 2006, inchiesta *panel* postelettorale.

Per trovare differenze più consistenti e coerenti tra gli elettori dei diversi partiti dobbiamo concentrare la nostra attenzione sui valori che nel sistema di Schwartz si collocano lungo la dimensione dell'autoaffermazione-autotrascendenza. Cominciamo dai valori del potere e del successo, che abbiamo visto essere in generale i più «rifiutati» da tutti gli elettori, ma in particolare dagli elettori di centrosinistra. Dalla tabella 9.5 emerge chiaramente che la posizione più netta di rifiuto, o comunque di scarso rilievo attribuito a questi valori, è quella degli elettori di Rifondazione. All'estremo opposto, nella coalizione di centrodestra, troviamo gli elettori della Lega, che appaiono i più inclini a dare importanza al valore del successo e soprattutto a quello del potere. Da questo punto di vista gli elettori della Lega si differenziano nettamente dagli elettori dell'Udc, le cui risposte rispetto a questi valori sono più simili a quelle degli elettori di centrosinistra. In sostanza, l'accettazione dei valori del successo e del potere aumenta gradualmente man mano che ci si sposta da Rifondazione all'Ulivo, all'Udc e poi agli altri partiti della coalizione di centrodestra.

Da ultimo confrontiamo le risposte degli elettori dei vari partiti rispetto ai valori dell'universalismo e della benevolenza, ossia

quelli che nel sistema proposto da Schwartz si collocherebbero al polo opposto rispetto ai valori del successo e del potere. In effetti, l'esame delle risposte relative all'universalismo e alla benevolenza mette in evidenza la presenza di differenze tra gli elettori dei vari partiti che sono di segno opposto rispetto a quelle osservate per i valori del successo e del potere. La tabella 9.5 mostra chiaramente come l'accento su questi valori sia particolarmente marcato negli elettori di Rifondazione e lo sia invece relativamente di meno negli elettori dell'Ulivo. Tra i partiti di centrodestra salta invece all'occhio il basso rilievo che gli elettori della Lega attribuiscono all'obiettivo di «essere tolleranti nei confronti di persone e idee diverse» e viceversa il rilievo relativamente maggiore che gli elettori dell'Udc danno a questo obiettivo, e ancor più a quello di «dare a tutti le stesse opportunità nella vita». Ancora una volta dunque gli elettori dell'Udc appaiono differenziarsi nettamente da quelli della Lega, e danno risposte più simili a quelle degli elettori di centrosinistra che a quelle degli elettori di centrodestra.

I risultati della tabella 9.5 mostrano chiaramente che laddove viene accentuata l'importanza attribuita ai valori del successo e del potere si riduce l'importanza attribuita ai valori dell'universalismo e della benevolenza, e viceversa. Questi dati costituiscono una prova a favore della possibilità che effettivamente, come suggerito da Schwartz, questi valori si collochino ai poli opposti di un'unica dimensione, quella dell'autoaffermazione-autotrascendenza. Sofferamoci dunque ancora un momento su questi valori che, come abbiamo visto, sono quelli rispetto ai quali sono emerse le differenze più consistenti e chiare tra gli elettori dei partiti di centrodestra e quelli dei partiti di centrosinistra. Attraverso un'analisi fattoriale condotta su tutte le risposte degli intervistati relativamente a questi valori è possibile verificare se effettivamente i quattro valori si collochino ai due poli opposti di un'unica dimensione, come suggerito da Schwartz, e soprattutto quale sia la posizione degli elettori dei diversi partiti rispetto a questa dimensione. I risultati di questa analisi da noi effettuata sono rappresentati nella figura 9.1. L'analisi ha confermato anzitutto che i quattro valori si dispongono effettivamente lungo un'unica dimensione, a un polo della quale si trovano il successo e il potere e al polo opposto l'universalismo e la

Autoaffermazione
(successo, potere)

Autotrascendenza
(universalismo,
benevolenza)

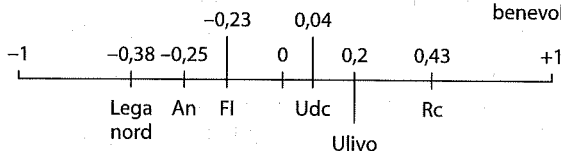


FIG. 9.1. Collocazione degli elettori dei vari partiti lungo la dimensione dell'autoaffermazione-autotrascendenza (punteggi su scala da -1 a +1).

benevolenza. In secondo luogo, l'analisi ha consentito di collocare gli elettori dei vari partiti lungo l'unica dimensione individuata, in base a una scala che va da -1 a +1. Come si può vedere nella figura 9.1, a partire dal polo dell'autoaffermazione (valori del successo e del potere) troviamo nell'ordine, e piuttosto ravvicinati, gli elettori della Lega, quelli di An e quelli di Forza Italia. Seguono a una certa distanza gli elettori dell'Udc che, insieme a quelli dell'Ulivo e a quelli di Rifondazione comunista, appaiono più spostati verso il polo dell'autotrascendenza (valori dell'universalismo e della benevolenza).

Dunque possiamo dire che la collocazione degli elettori dei vari partiti lungo la dimensione di valore dell'autoaffermazione-autotrascendenza riproduce in buona parte gli attuali schieramenti delle due coalizioni di centrodestra e di centrosinistra, con la vistosa eccezione degli elettori dell'Udc, che appaiono più vicini alla coalizione di centrosinistra anziché alla coalizione di centrodestra cui appartengono.

Valori e posizione su temi politici: il caso dell'immigrazione

Se i valori, come abbiamo visto, appaiono correlati alla scelta di voto degli elettori, possiamo chiederci se esista anche una correlazione tra i valori e gli atteggiamenti che gli elettori hanno nei confronti di specifiche tematiche politiche.

Naturalmente, è tanto più probabile che i valori di una persona orientino i suoi atteggiamenti politici quanto più questi valori sono

percepiti come rilevanti. Un valore rilevante ci viene spesso alla mente. È quindi probabile che orienti molte delle nostre scelte e le renda anche tra loro più coerenti. Studi effettuati in diversi paesi suggeriscono in effetti che i valori possono fornire alle persone delle linee guida in base alle quali organizzare le proprie conoscenze e i propri giudizi politici. Avere delle linee guida da seguire nella formazione del proprio giudizio assume particolare importanza in ambito politico per il fatto che le questioni trattate sono di solito complesse. Problemi quali la sanità o la disoccupazione presentano molteplici sfaccettature e possono essere gestiti in molti modi diversi. Inoltre, la scelta tra le varie opzioni di *policy* relativamente a questi problemi è difficile poiché generalmente qualsiasi opzione presenta risvolti sia positivi sia negativi.

Un modo semplice di verificare l'eventuale legame tra i valori delle persone e la loro posizione su specifici temi politici può essere quello di mettere a confronto persone con una diversa posizione su un tema e vedere se queste persone si differenziano anche per la rilevanza attribuita a uno o più valori. Un'analisi di questo tipo può offrire, tra l'altro, un'idea di quali sono i valori messi in gioco da un determinato tema politico e quali invece appaiono ininfluenti rispetto a quel tema. Nella ricerca condotta è stato chiesto agli intervistati di esprimere la loro posizione su diversi temi politici e la discussione dei dati raccolti è oggetto di altri capitoli di questo volume. Qui ci limiteremo a prendere in esame uno solo di questi temi, relativo alla regolamentazione dei flussi di immigrazione, per offrire al lettore un esempio di come i valori degli elettori possono essere (o non essere) collegati alla loro posizione rispetto a uno specifico tema politico.

In una domanda dell'inchiesta Itanes postelettorale si chiedeva agli intervistati di esprimere la loro opinione sull'accoglienza nei confronti degli immigrati utilizzando una scala a sette punti, sulla quale 1 corrisponde alla propensione ad accogliere *meno* immigrati e 7 corrisponde alla propensione ad accogliere invece *più* immigrati. L'analisi delle risposte a questa domanda ha mostrato che oltre la metà degli intervistati, precisamente il 57%, ha scelto le opzioni 1 o 2, mostrandosi contraria ad accogliere più immigrati, mentre il resto degli intervistati ha scelto una delle opzioni fra la 3

TAB. 9.6. PERCENTUALE DI ELETTORI CHE PERCEPISCONO I DIVERSI VALORI COME «MOLTO IMPORTANTI» IN FUNZIONE DEL LORO ATTEGGIAMENTO NEI CONFRONTI DELL'IMMIGRAZIONE

	MAGGIORE ACCOGLIENZA IMMIGRATI		DIFFERENZA TRA CONTRARI E FAVOREVOLI ^a
	ELETTORI CONTRARI	ELETTORI FAVOREVOLI	
<i>Sicurezza</i>			
Vivere in una nazione sicura	75,7	65,7	+10,0
Vivere in un ambiente sicuro	73,0	65,3	+7,7
<i>Conformismo</i>			
Seguire sempre le regole	39,8	35,7	+4,1
Essere beneducati e cortesi	65,3	60,4	+4,9
<i>Tradizione</i>			
Avere rispetto per la tradizione	42,1	31,9	+10,2
Essere modesti e umili	37,6	36,6	+1,0
<i>Autodirezione</i>			
Essere indipendenti	46,5	55,0	-8,5
Avere nuove idee, essere creativi	36,8	35,2	+1,6
<i>Stimolazione</i>			
Avere una vita piena di novità e cambiamento	12,5	12,1	+0,4
Avere una vita eccitante	9,2	7,4	+1,8
<i>Edonismo</i>			
Godersi la vita	29,0	27,0	+2,0
Soddisfare i propri desideri	21,9	18,8	+3,1
<i>Successo</i>			
Avere successo nella vita	22,9	13,8	+9,1
Essere ambiziosi	16,5	10,1	+6,4
<i>Potere</i>			
Avere una posizione di comando	7,3	4,2	+3,1
Essere ricchi e avere cose costose	4,2	2,5	+1,7
<i>Universalismo</i>			
Dare a tutti le stesse opportunità nella vita	43,6	53,8	-10,2
Essere tolleranti nei confronti di persone e idee diverse	25,5	44,4	-18,9
<i>Benevolenza</i>			
Aiutare quelli che ci stanno intorno	35,2	44,0	-8,8
Rispondere ai bisogni degli altri	24,1	36,1	-12,0

^a Le differenze con segno positivo indicano una prevalenza di quel valore tra gli elettori contrari ad accogliere più immigrati; quelle con segno negativo una prevalenza di quel valore tra gli elettori favorevoli ad accogliere più immigrati.

fonte: Itanes 2006, inchiesta *panel* postelettorale.

e la 7, mostrandosi tendenzialmente più favorevole ad accogliere gli immigrati. Nella tabella 9.6 abbiamo posto a confronto questi due gruppi di intervistati per quanto riguarda l'importanza da loro attribuita ai dieci tipi di valori da noi indagati.

Centriamo la nostra attenzione sulle differenze più rilevanti che emergono tra i due gruppi. Tra coloro che appaiono contrari ad accogliere più immigrati è più elevata la percentuale di chi ritiene molto importanti i valori che abbiamo definito della conservazione, soprattutto quello di «vivere in una nazione sicura» e quello di «rispettare la tradizione». Nello stesso gruppo di intervistati vi è anche una maggiore tendenza a ritenere molto importanti i valori che abbiamo definito dell'autoaffermazione, in particolare il successo. In questo stesso gruppo è invece più bassa la percentuale di coloro che attribuiscono molta rilevanza ai valori dell'autotrascendenza, ossia l'universalismo e la benevolenza (con particolare riguardo per l'obiettivo di «essere tolleranti nei confronti di persone e idee diverse»).

Questi risultati suggeriscono non solo la presenza di un legame tra valori e atteggiamenti su specifici temi politici, ma anche la possibilità che un singolo atteggiamento su un tema sia influenzato da una molteplicità di valori. Nel caso specifico, l'atteggiamento di «chiusura» o viceversa di «apertura» nei confronti degli immigrati è apparso infatti collegato non a uno solo, ma a più valori, il che fa pensare che elettori diversi possano affrontare un tema come quello dell'immigrazione da prospettive diverse, a seconda di quali sono i valori ai quali attribuiscono maggiore importanza. Chi dà particolare importanza al valore della sicurezza potrà cogliere di questo tema soprattutto le questioni legate al pericolo che la presenza degli immigrati porti a un aumento della criminalità e a maggiori rischi per l'incolumità dei cittadini. Chi invece sottolinea soprattutto il valore della tradizione potrà concentrarsi sulla possibilità che l'ingresso di persone e usanze diverse metta a repentaglio le norme e le tradizioni della propria comunità di appartenenza. Chi infine dà rilievo ai valori dell'affermazione di sé e sottovaluta invece quelli che riguardano le relazioni con gli altri potrà essere più portato a sottolineare che ognuno deve cercare di cavarsela da solo e non farsi necessariamente carico dei

bisogni altrui, inclusi quelli degli immigrati. La presenza di queste differenze induce a pensare che una campagna di comunicazione politica relativa alla questione dell'immigrazione risulterà tanto più efficace quanto più sarà in grado di fare leva sui valori più rilevanti della specifica categoria di elettori a cui si rivolge. Ad esempio, sottolineare i rischi legati all'aumento della criminalità potrebbe essere efficace con elettori che danno molto peso al valore della sicurezza, ma esserlo di meno con elettori per i quali è invece più importante il valore della tradizione.

In conclusione, possiamo dire non solo che i valori sono collegati agli atteggiamenti degli elettori su specifici temi politici, ma anche che la conoscenza di questi legami può aiutare a comprendere meglio la prospettiva con la quale un elettore affronta un determinato tema politico, e quindi il tipo di argomentazione e comunicazione politica che può avere maggior effetto persuasivo sull'elettore.