

VOTARE IN ITALIA: 1968-2008
Dall'appartenenza alla scelta

a cura di
Paolo Bellucci e Paolo Segatti

IL MULINO

ISBN 978-88-15-14654-0

Copyright © 2010 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

I VALORI E LA SCELTA DI VOTO

Che cosa sono i valori? La risposta a questa domanda è solo apparentemente semplice e scontata (quante volte si parla di «valori» nei discorsi quotidiani!). In realtà è arduo trovare una definizione chiara e concorde di «valore» nella letteratura scientifica. Ricercatori afferenti a discipline e prospettive teoriche differenti hanno definito i valori in modo diverso, stilando elenchi eterogenei e adottando vari strumenti di misurazione. Nella indagine Itanes 2006 i valori degli elettori sono stati indagati facendo riferimento al sistema descritto dallo psicologo sociale Shalom Schwartz [1992; 1994], ed è di questo che si occuperà principalmente il presente capitolo. Prima però di addentrarci nel sistema dei valori di Schwartz, e nei dati relativi al rapporto tra valori e scelta di voto, soffermiamoci brevemente su alcune delle principali questioni dibattute dagli studiosi in merito ai valori: che cosa sono, quali sono e come si misurano.

1. *Che cosa sono i valori*

Come si è detto, ricercatori afferenti a discipline diverse (sociologia, psicologia, scienza della politica, economia, filosofia) hanno dato definizioni eterogenee di «valori», tra cui: norme e costumi propri di una società; bisogni e preferenze individuali; utilità e prezzo di beni e servizi; doveri e obbligazioni morali. Van Deth e Scarbrough [1995a], dopo avere passato in rassegna le diverse accezioni con cui il termine «valore» è stato utilizzato da una varietà di studiosi, giungono a definire i valori come concezioni di ciò che è desiderabile (spesso all'interno di un discorso morale), principi astratti che includono scopi o fini cui l'azione deve conformarsi.

Nell'ambito di questa ampia definizione, un aspetto che viene sottolineato – soprattutto dagli scienziati della politica – è che i valori, insieme con gli atteggiamenti, possono essere considerati i «mattoni» costitutivi delle ideologie [Bellucci e Petrarca 2007; De Witte 2004]. Le ideologie, infatti, non solo offrono una spiegazione di come funziona il mondo e degli scopi delle persone; esse indicano anche come il mondo e le persone *dovrebbero* essere. I valori sono i principi astratti che generano coerenza nell'insieme di credenze costitutive di ogni ideologia, vincolano le convinzioni circa specifiche soluzioni di *policy* e, in quanto tali, hanno la possibilità di svolgere una funzione di mobilitazione collettiva [Bellucci e Petrarca 2007].

Gli psicologi, dal canto loro, tendono a sottolineare meno la funzione prescrittiva, morale e ideologica dei valori, e a enfatizzare invece la loro funzione di scopi soggettivi, principi-guida dell'esistenza individuale. Così, Rokeach [1973] presenta i valori come convinzioni circa specifiche modalità di condotta (valori strumentali) o stati finali dell'esistenza (valori terminali). Schwartz [1992; 1994] definisce i valori come convinzioni, relativamente stabili, circa modi ideali e desiderabili di agire o essere, scopi motivazionali che guidano il pensiero e il comportamento in vari ambiti della vita. Secondo Schwartz, i valori derivano dalla motivazione a soddisfare alcuni bisogni umani fondamentali: la salvaguardia di se stessi e del proprio gruppo, il controllo e la dominanza, l'affiliazione.

Mentre dunque alcune definizioni collegano i valori all'ideologia politica e li concettualizzano come principi astratti che vincolano una serie di credenze ideologiche più specifiche (come le opzioni di *policy*), altre definizioni intendono i valori come principi-guida che le persone riconoscono quali scopi significativi in una varietà di ambiti della loro esistenza, di cui quello politico è solo uno tra i tanti. Entrambe queste prospettive prevedono una sostanziale coerenza tra valori e atteggiamenti politici. Tuttavia, mentre la prima prospettiva intende i valori come fattori latenti che organizzano gli atteggiamenti politici, la seconda intende i valori come costrutti a se stanti, associati agli atteggiamenti politici così come ad altri costrutti.

2. Quali sono i valori

Se, dopo esserci chiesti *che cosa* sono i valori, passiamo a chiederci *quali* sono i valori, di nuovo possiamo dire che le risposte variano in funzione del fatto che i valori siano considerati come elementi costitutivi dell'ideologia o piuttosto come scopi motivazionali a se stanti. Tra gli studiosi che si sono mossi nella prima direzione possiamo ricordare, tra gli altri, Rokeach, Middendorp, Van Deth e Scarbrough.

Secondo Rokeach [1973], alla base di tutte le ideologie politiche che hanno preso piede nella società occidentale si possono rintracciare due valori principali: quello dell'uguaglianza (intesa come fratellanza e parità di opportunità per tutti) e quello della libertà (intesa come indipendenza e libera scelta). In questa ottica, le maggiori ideologie degli ultimi due secoli deriverebbero dalla diversa importanza assegnata a questi due tipi di valore. Così, il socialismo si basa sull'enfasi posta sia sulla libertà sia sull'uguaglianza, mentre il fascismo origina dalla scarsa importanza attribuita a entrambi questi valori; il capitalismo deriva dal maggior peso dato alla libertà a spese dell'uguaglianza, mentre il comunismo si costituisce a partire dall'accento posto sull'uguaglianza più che sulla libertà.

Nell'esaminare il rapporto tra ideologia e valori, Middendorp [1978] ha evidenziato l'utilità di distinguere tra il piano socio-economico e il piano socio-culturale. L'ideologia conservatrice e quella progressista attribuiscono, infatti, un'importanza differente e opposta ai valori della libertà e dell'uguaglianza, in funzione del fatto che si faccia riferimento all'ambito socio-economico piuttosto che a quello socio-culturale. In ambito socio-economico, il pensiero conservatore pone l'accento sulla libertà individuale, incoraggiando l'iniziativa privata e la libera competizione; il pensiero progressista, invece, enfatizza l'uguaglianza e propugna l'equa distribuzione delle ricchezze e dei servizi, nonché la parità di opportunità per tutti (contrapposizione tra liberismo ed egualitarismo). In ambito socio-culturale, l'enfasi posta su questi due valori risulta invertita. La libertà è promossa dal pensiero progressista, che dichiara la legittimità di organizzare e condurre l'esistenza secondo una varietà di canoni personali. L'uguaglianza invece è sostenuta dal pensiero conservatore, secondo il quale tutti dovrebbero

aderire alle medesime norme e ai medesimi costumi tradizionali (contrapposizione tra libertà e autorità).

Van Deth e Scarbrough [1995b] hanno ampliato e, al tempo stesso, organizzato l'elenco dei valori connessi all'ideologia. Questi autori hanno infatti distinto tre diversi orientamenti valoriali: l'orientamento religioso-secolare, l'orientamento sinistra-destra e l'orientamento materialista-postmaterialista. Tali orientamenti valoriali ricoprono aspetti centrali della società post-industriale, ma risentono anche del retaggio della società industriale e di quella pre-industriale. Così, l'orientamento religioso-secolare riflette la contrapposizione stato-chiesa generata dalla rivoluzione che in Europa ha portato alla costruzione delle nazioni. I valori religiosi enfatizzano l'importanza delle norme sociali e delle tradizioni: sostengono la validità di una netta divisione dei ruoli femminili e maschili e di un'educazione rigida, improntata a inculcare l'obbedienza nei confronti dell'autorità. Al contrario, i valori secolari evidenziano la necessità di ridimensionare e riportare al loro specifico contesto storico le norme tradizionali e sottolineano, per esempio, l'importanza di insegnare ai bambini l'indipendenza e l'autonomia di giudizio.

L'orientamento sinistra-destra riflette la contrapposizione datori di lavoro-salariati generata dalla rivoluzione industriale. I valori di destra corrispondono al liberismo economico, al libero mercato, a un ridotto intervento dello stato nell'economia, all'affermazione dei diritti della proprietà privata e all'opposizione all'uguaglianza economica. Invece, i valori di sinistra enfatizzano la solidarietà, lo stato sociale, la regolazione statale dell'economia, l'uguaglianza economica.

Infine, l'orientamento materialista e post-materialista riprende una distinzione già effettuata da Inglehart [1977] nella sua teoria della «rivoluzione silenziosa»: alla fine del periodo di ricostruzione post-bellica, in un contesto di crescita economica senza precedenti, le preoccupazioni materiali di benessere e di sicurezza (valori materialisti) perdono la loro cogenza e aumentano invece quelle inerenti l'indipendenza, l'emancipazione e l'autorealizzazione individuale (valori post-materialisti). L'orientamento valoriale post-materialista solleva così problemi come quelli dell'ambientalismo, del pacifismo, dei diritti umani e dei diritti delle donne.

Tra gli studiosi che si sono proposti di stendere una lista

dei valori intesi come scopi motivazionali che guidano l'esistenza individuale, lo psicologo sociale Shalom Schwartz ha fornito il contributo più cospicuo e sistematico. Schwartz, infatti, ha condotto numerose ricerche in più di sessanta paesi di diversi continenti (per un totale di oltre 75.000 persone intervistate) con l'obiettivo di individuare quali sono i valori che, presso tutte le culture indagate, assumono un significato comune. Schwartz ha individuato un insieme costituito da dieci valori principali: questi possono essere considerati un elenco esaustivo e universalmente valido dei principi che le persone riconoscono come criteri guida della loro vita. La loro denominazione è la seguente: universalismo, benevolenza, tradizione, conformismo, sicurezza, potere, successo, stimolazione, edonismo e autodirezione. Poiché in questo capitolo ci baseremo su tale sistema di valori, è opportuno prenderli in esame brevemente, descrivendo per ciascuno lo scopo cui corrispondono, il bisogno che soddisfano e le convinzioni o comportamenti delle persone che li assumono come riferimento.

L'*universalismo* corrisponde allo scopo di comprendere e proteggere il benessere di tutte le persone, anche quelle molto diverse o lontane da noi, e di salvaguardare la natura. Questo valore si collega a quel particolare bisogno di sopravvivenza dei gruppi sociali che si manifesta, in primo luogo, quando diventiamo consapevoli che se non accettiamo gli individui diversi da noi e non riserviamo loro parità di trattamento, questo può innescare processi che minacciano l'esistenza del nostro gruppo e dei gruppi altrui. Lo stesso bisogno di sopravvivenza si manifesta anche quando diventiamo consapevoli che, se non proteggiamo adeguatamente l'ambiente naturale, questo può portare alla distruzione delle risorse dalle quali dipende la vita di tutti. L'*universalismo* è un valore tipico delle persone convinte che tutti dovrebbero avere le stesse opportunità e lo stesso trattamento nella vita, che si dovrebbe promuovere la pace nel mondo e che bisognerebbe avere cura della natura.

La *benevolenza* corrisponde allo scopo di impegnarsi e preoccuparsi per mantenere e accrescere il benessere delle persone con cui siamo in diretto contatto nella vita di tutti i giorni ed è connessa al basilare bisogno di affiliazione. Le persone che scelgono questo valore ritengono importante aiutare chi sta

intorno a loro, dargli sostegno e cercare di venire incontro ai loro bisogni.

La *tradizione* corrisponde allo scopo di accettare e rispettare costumi o idee che una cultura o una religione impongono all'individuo. Soddisfa il bisogno, vivo in tutti i gruppi, di sviluppare un insieme di simboli e pratiche che rappresentino esperienze condivise. Chi considera la tradizione un valore di solito segue scrupolosamente i dettami della sua religione e pensa che si dovrebbe essere soddisfatti di quello che si ha senza chiedere di più.

Il *conformismo* corrisponde allo scopo di limitare e contenere le proprie azioni in modo da renderle coerenti con le norme socialmente condivise. Deriva dal bisogno di reprimere impulsi e inclinazioni individuali che potrebbero essere distruttivi per gli altri e per la società in generale. Questo valore è tipico delle persone che danno importanza al fatto di obbedire alle regole, di essere sempre educati con tutti e di comportarsi in modo socialmente appropriato.

La *sicurezza* corrisponde allo scopo di mantenere la stabilità e l'ordine nelle relazioni interpersonali così come nella società in generale. È legata al bisogno di proteggere e salvaguardare se stessi e il proprio gruppo. La sicurezza è un valore fatto proprio da chi si preoccupa che sia difeso l'ordine sociale, che ci sia un governo stabile e che il proprio paese e l'ambiente in cui vive siano sicuri.

Il *potere* corrisponde allo scopo di raggiungere uno status socio-economico elevato e di ottenere il controllo delle risorse così come una posizione di dominio rispetto alle altre persone. È collegato al bisogno individuale di dominio e di controllo, ma discende anche dalle necessità di funzionamento di molte istituzioni sociali che prevedono al loro interno una differenziazione di status. Alle persone che scelgono il potere come valore piace occupare posizioni direttive e dire agli altri che cosa fare così come avere molto denaro e beni costosi.

Il *successo* corrisponde allo scopo di mostrarsi competente in base agli standard propri di ogni cultura per guadagnare l'approvazione sociale ed è collegato, in origine, al bisogno di ottenere risorse per la sopravvivenza. Chi indica il successo come valore spesso è ambizioso e desidera mostrare le sue abilità per riscuotere l'ammirazione degli altri.

La *stimolazione* corrisponde allo scopo di condurre un'esistenza ricca di novità e cambiamenti: questo valore soddisfa il bisogno, in origine biologico, di mantenere l'organismo in un certo stato di attivazione. Esso è adottato dalle persone che cercano continuamente nuove sfide da affrontare e che desiderano avere una vita eccitante, sempre alla ricerca di nuove avventure.

L'*edonismo* corrisponde allo scopo di perseguire la gratificazione dei sensi ed è connesso al bisogno primario del piacere: è tipico delle persone che vogliono godersi la vita, colgono ogni occasione per divertirsi e vogliono coccolarsi assaporando i piaceri dell'esistenza.

L'*autodirezione*, infine, corrisponde allo scopo di essere indipendenti e liberi nel pensiero e nell'azione. Soddisfa il bisogno basilare di padronanza. Questo valore è abbracciato dalle persone che considerano importante fare scelte autonome e originali, e pianificare in prima persona le proprie attività, ma anche dalle persone curiose, desiderose di esplorare e imparare cose nuove.

Secondo la prospettiva adottata da Schwartz, nella vita quotidiana i valori svolgono svariate funzioni: sono alla base del modo in cui le persone si presentano agli altri, del modo in cui giustificano e spiegano il loro comportamento, degli atteggiamenti verso oggetti e situazioni, dei giudizi sugli altri e di molti comportamenti. Per esempio, una persona che nella sua vita dà la priorità al valore del successo personale tende a: mettere in evidenza le proprie competenze e abilità davanti agli altri per ottenerne l'ammirazione; avere un atteggiamento positivo verso tutte le situazioni che possono metterla in primo piano; dare un giudizio positivo di chi nella vita ha fatto molta strada e ha avuto molto successo. Al contrario, una persona per la quale è importante il benessere degli altri tende a: mostrarsi disponibile e attenta ai loro bisogni; avere un atteggiamento positivo verso le situazioni che le offrono l'occasione di aiutare gli altri; esprimere un giudizio positivo nei confronti di chi si dedica alla cura delle persone che gli stanno intorno.

Schwartz non si è limitato a stilare un elenco dei dieci tipi di valore che le persone di tutte le culture riconoscono come scopi soggettivamente importanti della loro vita. Ha anche esaminato le relazioni di compatibilità/incompatibilità tra essi, sulla base

del fatto che le azioni messe in atto per perseguire un valore entrino o meno in conflitto con gli altri valori. Così, per esempio, le azioni messe in atto per perseguire il successo spesso sono incompatibili con la benevolenza, mentre sono compatibili con il potere: in altre parole, le azioni volte ad assicurare il successo personale tendono a essere diverse e opposte rispetto a quelle che servono per garantire il benessere delle persone che ci circondano, mentre facilmente collimano con quelle necessarie per ottenere il predominio sugli altri [Schwartz 2006a]. Nel paragrafo 4 ci occuperemo più in dettaglio di queste relazioni strutturali tra i valori. Prima tuttavia è utile porsi una domanda: come si misurano i valori?

3. *La misura dei valori*

I valori, non diversamente da qualsiasi altro costrutto psicologico, non sono direttamente osservabili. Secondo Van Deth e Scarbrough [1995a] non possono essere nemmeno misurati, ma solo inferiti dai ricercatori a partire dalla misurazione di un insieme di atteggiamenti e dall'osservazione di pattern di correlazioni tra essi. Questa prospettiva discende coerentemente dalla definizione di «valori» come elementi generatori di coerenza tra le credenze ideologiche di una persona. In quest'ottica, i valori rappresentano dispositivi euristici (o principi esplicativi) ipotizzati dai ricercatori per rendere conto di pattern di associazioni tra atteggiamenti verso specifiche *issues* e *policies*. Di conseguenza, non sarebbe pertinente chiedersi come si misurano i valori e bisognerebbe invece domandarsi: quali atteggiamenti politici occorre misurare per indagare il sistema di valori degli elettori? Gli atteggiamenti riconducibili ai valori dell'uguaglianza o della libertà in ambito economico sono ad esempio quelli verso l'intervento dello stato nell'economia, l'equa redistribuzione del reddito, la libertà delle imprese; in ambito socio-culturale sono ad esempio gli atteggiamenti verso il diritto di aborto, i diritti delle coppie omosessuali, la pena di morte [Bellucci e Petrarca 2007].

Gli studiosi che, in linea con Schwartz, definiscono i valori come scopi dell'esistenza individuale riconosciuti soggettivamente si muovono in una prospettiva in parte diversa dalla

precedente e ritengono pertinente chiedere direttamente alle persone quali sono i principi-guida della loro esistenza. Questa è la prospettiva adottata in questo capitolo nel quale, come già detto, si è assunto come riferimento il sistema dei valori individuato da Schwartz. Sofferamoci dunque brevemente sui vari strumenti messi a punto nel tempo dallo studioso per misurare i valori delle persone.

Il primo strumento comprendeva quasi sessanta item formulati in modo astratto (sotto forma, cioè, di verbo all'infinito, come «avere successo», o di aggettivo, come «essere creativi»). I partecipanti erano invitati a indicare quale importanza davano a ciascun valore come principio-guida della loro vita su una scala a nove punti, da 7 (assai importante) fino a 0 (non importante) e -1 (opposto ai miei principi) [Schwartz Value Survey (Svs), Schwartz 1992]. In questo strumento, il numero degli item volti a misurare ciascun tipo di valore variava da tre (come nel caso dell'edonismo) a otto (come nel caso dell'universalismo), a seconda della complessità del costrutto sotteso. Un limite di questo strumento, oltre al tempo necessario per la somministrazione, era rappresentato dal fatto che esso richiedeva una buona capacità di pensiero astratto da parte degli intervistati. Di conseguenza, esso si è rivelato inadatto a misurare l'adesione ai valori in campioni poco avvezzi all'uso di questo genere di pensiero, come quelli costituiti da pre-adolescenti oppure da persone non istruite all'interno di scuole occidentali.

Per ovviare a questo limite, Schwartz ha sviluppato un secondo strumento, il cosiddetto Portrait Values Questionnaire (PVQ). Questo secondo strumento contiene brevi ritratti verbali di quaranta persone (dello stesso genere della persona intervistata): in ogni ritratto, vengono descritti scopi e desideri coerenti con un determinato valore. Per esempio, «Gli/le piace rischiare. È sempre alla ricerca di avventure» è un item che serve a misurare l'adesione al valore della stimolazione. Gli intervistati sono invitati a indicare, per ciascun ritratto, quanto ritengono simile a loro la persona descritta, utilizzando una scala a sei passi, da «per niente simile a me» a «molto simile a me» [Schwartz *et al.* 2001; per una versione italiana cfr. anche Capanna, Vecchione e Schwartz 2005]. Anche in questo caso, il numero di item che misurano ciascun valore è variabile, da tre (ad esempio per il potere) a sei (ad esempio per l'universa-

lismo), per un totale, come si è detto, di quaranta. Il Portrait Value Questionnaire presenta, tuttavia, troppi item per poter essere inserito facilmente in indagini di ampio respiro che comprendono anche molte altre domande. Ad esempio, per includere questo strumento all'interno della European Social Survey, è stata messa a punto dallo stesso Schwartz una versione ridotta del PVQ, che include ventuno ritratti invece dei quaranta originari. In questa versione abbreviata vi sono solo due item per valore (fatta eccezione per l'universalismo, al quale corrispondono tre item), selezionati in modo tale da poter assicurare un'adeguata copertura concettuale ai diversi aspetti di ciascun valore. La versione ridotta del PVQ si è dimostrata in grado di predire in modo soddisfacente una varietà di atteggiamenti e comportamenti [Schwartz 2006a].

Anche nel caso della nostra indagine Itanes si è posto il problema di misurare l'adesione ai valori all'interno di un ampio questionario post-elettorale, e quindi di poter disporre di uno strumento di misura breve ma, al tempo stesso, affidabile. A questo scopo, abbiamo messo a punto una versione abbreviata, e leggermente modificata, della prima scala di misura dei valori di Schwartz, la Svs. Questa versione è composta da venti item, due per ciascun tipo di valore: ad esempio per il valore del conformismo gli item sono «seguire sempre le regole» e «essere beneducati e cortesi». Nella tabella 7.1 sono riportati, per ogni tipo di valore, lo scopo sotteso e gli item utilizzati per misurarli nell'indagine Itanes. Per ogni item si è richiesto agli intervistati di indicare l'importanza di quel valore come principio guida della loro vita, utilizzando una scala a cinque punti, da -1 (contrario ai miei principi) a 0 (non importante) fino a 3 (molto importante). Rispetto alla versione ridotta del PVQ, questo strumento di misura dei valori richiede un tempo di somministrazione decisamente inferiore, poiché la lunghezza degli item è minore, così come il numero di passi della scala utilizzata per la risposta.

Per testare la validità di costrutto dello strumento abbiamo in primo luogo verificato che le misure dei valori da noi rilevate replicassero la struttura di compatibilità/incompatibilità tra i valori ipotizzata da Schwartz e confermata da numerose ricerche. In secondo luogo, abbiamo esaminato la gerarchia dei valori, ovvero l'importanza relativa che gli intervistati hanno

TAB. 7.1. I dieci tipi di valore del sistema di Schwartz e gli indicatori utilizzati per stimarli nel questionario Itanes

VALORE	SCOPO	INDICATORE
Sicurezza	Stabilità e ordine nelle relazioni interpersonali e sociali	<ul style="list-style-type: none"> - Vivere in una nazione sicura - Vivere in un ambiente sicuro
Conformismo	Limitazione di azioni e impulsi potenzialmente dannosi per gli altri o incoerenti con le norme sociali	<ul style="list-style-type: none"> - Seguire sempre le regole - Essere beneducati e cortesi
Tradizione	Accettazione e rispetto dei costumi e delle idee proprie di una cultura e/o di una religione	<ul style="list-style-type: none"> - Avere rispetto per la tradizione - Essere modesti e umili
Autodirezione	Indipendenza di pensiero e di azione	<ul style="list-style-type: none"> - Essere indipendenti - Avere nuove idee, essere creativi
Stimolazione	Condurre un'esistenza stimolante, ricca di sfide	<ul style="list-style-type: none"> - Avere una vita piena di novità e cambiamento - Avere una vita eccitante
Edonismo	Gratificazione dei sensi	<ul style="list-style-type: none"> - Godersi la vita - Soddisfare i propri desideri
Successo	Raggiungimento del successo personale attraverso la dimostrazione della propria competenza	<ul style="list-style-type: none"> - Avere successo nella vita - Essere ambiziosi
Potere	Raggiungimento di uno status socio-economico elevato e di una posizione di dominanza sugli altri	<ul style="list-style-type: none"> - Avere una posizione di comando - Essere ricchi e avere cose costose

◀ Universalismo	Comprensione, tolleranza e protezione di tutte le persone e della natura	<ul style="list-style-type: none"> – Dare a tutti le stesse opportunità nella vita – Essere tolleranti nei confronti di persone e idee diverse
Benevolenza	Mantenimento e miglioramento del benessere delle persone con cui si è in diretto contatto	<ul style="list-style-type: none"> – Aiutare quelli che ci stanno intorno – Rispondere ai bisogni degli altri

Fonte: Itanes [2006].

assegnato ai vari tipi di valori, confrontandola con quella ottenuta in ricerche precedenti. In terzo luogo, abbiamo messo in relazione i dieci tipi di valore misurati dal nostro strumento con alcune caratteristiche degli intervistati (genere, età, livello di istruzione e religiosità) che già ricerche passate hanno mostrato essere correlate ai valori [per una procedura simile cfr. Capanna, Vecchione e Schwartz 2005]. Soffermiamoci brevemente su questi tre punti prima di passare a esaminare le relazioni dei valori con alcune variabili di natura politica e con il voto.

4. *La struttura psicologica dei valori*

Come già accennato, Schwartz ha rilevato che i dieci tipi di valori sono organizzati tra loro in base a relazioni dinamiche di compatibilità o incompatibilità. Esaminando tali relazioni, Schwartz è giunto a individuare una struttura psicologica che rende ragione dei rapporti tra i diversi valori. L'esito è un sistema integrato e non frammentario, che può essere messo in relazione con altre variabili nella sua interezza, in modo coerente e organizzato.

La struttura psicologica dei valori emersa nelle numerose ricerche condotte da Schwartz si avvicina a quella di un modello quasi circomplesso: ovvero, le relazioni che intercorrono tra i valori fanno sì che questi tendano a disporsi nello spazio seguendo un ordinamento grossomodo circolare. I valori si collocano nello spazio in modo tale che quelli compatibili gli uni con gli altri, ovvero caratterizzati da scopi motivazionali simili (per esempio, potere e successo), occupano posizioni adiacenti, mentre quelli

opposti gli uni agli altri (per esempio, potere e universalismo) si trovano in posizioni opposte. Così, due valori che si collocano vicini sottendono obiettivi motivazionali coerenti e in qualche caso sovrapponibili. Per esempio, tradizione e conformità rispondono entrambi al più ampio scopo di rispettare aspettative e norme socialmente condivise. I dieci valori possono essere rappresentati all'interno di uno spazio organizzato attorno a due dimensioni bipolari (fig. 7.1). Tali dimensioni sono:

1. *Conservazione-Apertura al cambiamento*, che riflette l'opposizione tra il desiderio di indipendenza nel pensiero e nelle azioni (stimolazione e autodirezione) e il desiderio di sottomissione ai dettami della tradizione e delle norme sociali (tradizione, conformità e sicurezza);

2. *Autoaffermazione-Autotrascendenza*, che rispecchia il conflitto tra l'obiettivo di impegnarsi per il benessere degli altri (benevolenza e universalismo) e la ricerca del successo personale e del predominio sui propri simili (potere e successo).

Al valore dell'edonismo non è stato possibile finora assegnare una posizione stabile: mentre alcuni studi lo collocano più vicino ai valori dell'autodirezione e del successo, altri lo situano invece più vicino ai valori del potere e del successo. Per questo motivo, nella figura 7.1 il valore dell'edonismo è collocato all'interno di linee di colore grigio.

Notiamo per inciso che questa rappresentazione del sistema dei valori, che ha il suo fondamento nella psicologia individuale, non è incoerente (anche se certo non è sovrapponibile) con le due dimensioni del conservatorismo/progressismo individuate da Middendorp [1978]: il conservatorismo socio-economico, con la sua contrapposizione liberismo/egualitarismo, richiama la dimensione dell'*Autoaffermazione-Autotrascendenza*, mentre il conservatorismo socio-culturale, con la sua contrapposizione autorità/libertà, richiama la dimensione della *Conservazione-Apertura al cambiamento*.

Abbiamo posto a confronto la struttura dei valori rappresentata nella figura 7.1 con la struttura dei valori che emerge dai dati rilevati attraverso il questionario Itanes. A questo scopo, i dati sono stati sottoposti a un'analisi di scaling multidimensionale e i risultati, riportati nella figura 7.2, sono apparsi riprodurre in modo più che soddisfacente la struttura psicologica dei valori proposta da Schwartz.

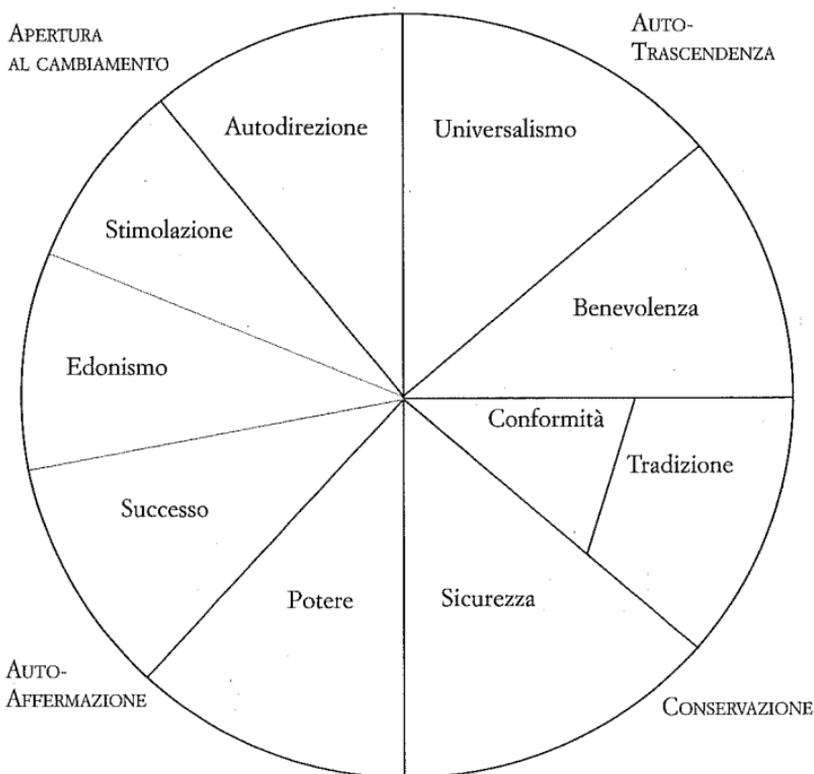


FIG. 7.1. La struttura psicologica dei valori secondo Schwartz [1992].

Osservando la figura 7.2, si può notare che i valori della tradizione, della sicurezza e della conformità sono vicini tra loro e si collocano in posizione opposta rispetto a quelli della stimolazione e dell'edonismo, riproducendo così, in diagonale, la dimensione della *Conservazione-Apertura al cambiamento*. Dal canto loro, i valori del potere e del successo sono adiacenti l'uno all'altro e sono, al tempo stesso, opposti ai valori dell'universalismo e della benevolenza, riproducendo così, sulla diagonale opposta alla prima, la dimensione dell'*Autoaffermazione-Autotrascendenza*. Rispetto al modello teorico, solo il valore dell'autodirezione occupa una posizione inadeguata, nel senso che dovrebbe collocarsi in una posizione più vicina ai valori della stimolazione e dell'edonismo.

Nel complesso, questi risultati costituiscono una prima

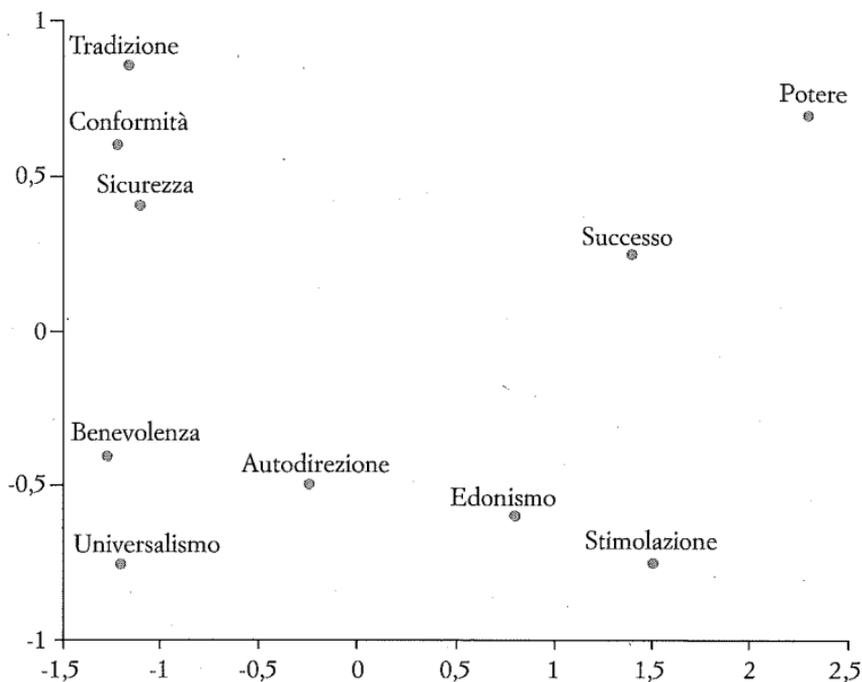


Fig. 7.2. Risultati dell'analisi di scaling multidimensionale sui dieci tipi di valori.

Nota: Stress = 0,08; RsQ = 0,96.

Fonte: Itanes [2006].

prova che depone a favore della validità dello strumento di misura dei valori da noi utilizzato.

5. La gerarchia dei valori

I valori proposti da Schwartz possono essere ordinati secondo una gerarchia in base alla diversa importanza che le persone assegnano a ciascuno di essi. Ogni persona, infatti, si contraddistingue per l'ordine di priorità che ascrive ai dieci tipi di valore, ovvero per l'importanza relativa che gli attribuisce. In realtà, è proprio la priorità ascritta ai dieci tipi di valore, più che l'importanza data in assoluto a ciascuno di essi, a influenzare in modo significativo atteggiamenti e comportamenti [Schwartz 2006a]. A questo riguardo, bisogna tenere conto del fatto che le persone differiscono nell'uso delle scale di risposta.

Infatti, mentre alcune persone tendono a valutare tutti i valori come «molto importanti», altre tendono a valutarli tutti come «per niente importanti», altre ancora tendono a usare solo i punti intermedi della scala. Di conseguenza, se a un determinato valore viene assegnato, ad esempio, un punteggio di 2 su una scala da -1 a 3, questo valore avrà un'importanza relativa maggiore per le persone che tendono ad ascrivere a tutti i valori un'importanza bassa (per esempio 1) e minore per le persone che tendono, invece, ad assegnare ai valori un'importanza alta (per esempio 3). Per correggere queste tendenze di risposta, abbiamo effettuato il centraggio delle risposte di ogni intervistato sull'importanza media assegnata ai valori dallo stesso intervistato [cfr. Schwartz 2006a]. Questa operazione trasforma i punteggi di importanza assoluta in punteggi di importanza relativa, e su questi punteggi viene calcolata la gerarchia dei valori di un determinato campione di persone.

La gerarchia dei valori del campione dell'indagine Itanes

TAB. 7.2. *Importanza media assegnata ai dieci tipi di valore, ordinati dal più importante al meno importante*

Valore	Importanza media
Sicurezza	0,59
Conformità	0,36
Autodirezione	0,25
Universalismo	0,25
Benevolenza	0,19
Tradizione	0,14
Edonismo	0,02
Successo	-0,27
Stimolazione	-0,56
Potere	-0,98

Nota: I dati si riferiscono ai punteggi centrati. Le medie riportate in tabella sono dunque da intendersi come scarto dall'importanza media ascrivita all'intero set dei dieci valori.

Fonte: Itanes [2006].

2006 è riportata nella tabella 7.2. Come si può osservare, il valore ritenuto in assoluto più importante è quello della sicurezza, seguito dal valore della conformità. Anche autodirezione, universalismo e benevolenza rivestono un'importanza abbastanza elevata. Tradizione, edonismo e successo hanno invece un'importanza relativamente più bassa. Infine, i valori ritenuti meno importanti di tutti sono la stimolazione e il potere.

L'importanza relativa che i nostri intervistati hanno ascrivito ai dieci tipi di valori rispecchia grossomodo la gerarchia dei valori emersa in altre ricerche. Per esempio, anche dai dati della European Social Survey [Schwartz 2006b] è emerso che i valori ritenuti relativamente meno importanti di tutti sono il potere e la stimolazione, collocati, anche in quel caso, rispettivamente al decimo e al nono ordine di rango. Con qualche lieve spostamento, anche gli ordini di rango intermedi (per esempio quelli dell'universalismo, dell'autodirezione, dell'edonismo e del successo) sono simili nelle due indagini. Le differenze maggiori riguardano i valori della sicurezza e della conformità: questi valori, infatti, sono quelli ritenuti più importanti dai nostri intervistati, mentre nella gerarchia di valori emersa dalla European Social Survey occupano il quarto e quinto posto. Nel complesso, comunque, possiamo affermare che la gerarchia di importanza dei valori emersa nella nostra ricerca è in larga parte coerente con quella riscontrata in numerose ricerche precedenti. La presenza di un ampio consenso sociale nell'importanza relativa ascrivita ai diversi valori è dovuta, secondo Schwartz, al fatto che i valori assolvono funzioni sociali decisive. In altre parole, se è vero che vi sono differenze individuali nel ritenere questo o quel valore più o meno desiderabile, nel suo complesso l'ordine di priorità dei valori appare ampiamente condiviso, anche in modo trasversale, da diverse società e culture. Questo avverrebbe per il fatto che i valori svolgono tre importanti funzioni sociali [Schwartz 2006a].

Una prima funzione è quella di promuovere e salvaguardare relazioni cooperative tra i membri di un gruppo, favorire quindi l'identificazione dei membri con il gruppo, sostenerne la lealtà e l'impegno nei confronti del gruppo. Dall'importanza di questa funzione deriverebbe l'importanza assegnata ai valori della benevolenza e dell'universalismo, ma anche della conformità, della tradizione e della sicurezza.

La seconda funzione è quella di motivare i membri del

gruppo a impegnare tempo ed energia in attività produttive. Da questa funzione deriverebbe l'importanza ascritta all'auto-direzione, ma anche al successo, sebbene in quest'ultimo caso essa sia diminuita dal fatto che il perseguimento di tale valore può compromettere lo sviluppo di relazioni armoniose all'interno del gruppo. Un discorso analogo a quello del successo vale per il potere.

La terza funzione è quella di legittimare il soddisfacimento di quei desideri e bisogni individuali che non mettono a rischio gli obiettivi del gruppo. Da questa funzione deriva l'importanza assegnata ai valori dell'edonismo e della stimolazione, ritenuti relativamente più importanti rispetto al potere (e, spesso, al successo) perché il loro perseguimento non compromette necessariamente lo sviluppo di relazioni cooperative all'interno del gruppo.

6. *Valori e variabili socio-demografiche*

Una ulteriore verifica della validità del nostro strumento di misura è venuta dalle relazioni tra i valori da noi misurati e alcune variabili che la ricerca passata ha già mostrato essere generalmente correlate ai valori: il genere, l'età, il livello di istruzione e la religiosità [cfr. Capanna, Vecchione e Schwartz 2005].

Per quale motivo queste variabili dovrebbero essere in relazione con i valori a cui le persone danno importanza nella loro vita? Il genere, l'età e il livello di istruzione influenzano fortemente le esperienze di socializzazione e, più in generale, di vita delle persone, i loro ruoli sociali, nonché le aspettative che le riguardano. Tutto questo riveste un'importanza fondamentale per la priorità che le persone possono assegnare a certi valori piuttosto che ad altri [Schwartz 2006a]. Vediamo dunque come le caratteristiche socio-demografiche dei nostri intervistati si sono associate all'importanza da loro ascritta ai diversi valori, confrontando questi dati con quelli già presenti in letteratura. In particolare, faremo un confronto con due studi: il primo è stato condotto dallo stesso Schwartz [2006a] nell'ambito della European Social Survey, ha coinvolto un elevato numero di paesi (inclusa l'Italia) e ha previsto l'utilizzo della versione a ventuno item del PVQ; il secondo studio è stato invece condot-

to da Capanna, Vecchione e Schwartz [2005] su un campione esclusivamente italiano, utilizzando la versione lunga del PVQ.

Per quanto riguarda il genere, dalla nostra ricerca emerge che le donne, rispetto agli uomini, tendono ad ascrivere un'importanza relativamente maggiore ai valori della tradizione, della conformità, della sicurezza e della benevolenza, e un'importanza invece relativamente minore ai valori del potere, del successo e della stimolazione (tab. 7.3). Si tratta, per la verità, di correlazioni piuttosto deboli, che comunque appaiono simili, per entità e direzione, a quelle osservate da Schwartz nella European Social Survey [Schwartz 2006a], così come da Capanna, Vecchione e Schwartz [2005]. Nonostante diversi approcci teorici postulino una tendenza degli uomini a enfatizzare i valori strumentali al raggiungimento di uno status elevato (quali il potere e il successo) e una tendenza delle donne a enfatizzare i valori espressivi e connessi al raggiungimento del benessere e della protezione altrui (come la benevolenza e l'universalismo), queste e anche altre ricerche condotte al riguardo [cfr. anche Schwartz e Rubel 2005] hanno di fatto rilevato differenze di genere abbastanza ridotte.

Sono invece altre caratteristiche socio-demografiche ad apparire più correlate ai diversi valori. Per quanto riguarda l'età, emerge dai nostri dati una correlazione positiva con i valori della tradizione, della conformità, della sicurezza e della benevolenza, e una correlazione invece negativa con i valori della stimolazione, dell'edonismo, del successo e dell'autodirezione (tab. 7.3). Anche in questo caso, i risultati collimano con quanto indicato dalla letteratura [Capanna, Vecchione e Schwartz 2005; Schwartz 2006a]. Secondo l'interpretazione di Schwartz [*ibidem*], questo pattern di correlazioni è riconducibile al fatto che, con l'invecchiamento, gli individui si sentono via via sempre più legati alle abitudini che hanno sviluppato e consolidato negli anni, profondamente vincolati alle loro reti sociali e preoccupati del benessere delle persone con cui vivono; allo stesso tempo, a mano a mano che gli anni passano, tende invece a diminuire la preoccupazione di farsi una posizione e la voglia di sperimentare cose nuove.

Correlazioni simili, anche se di segno opposto e un po' più deboli, si osservano con il crescere del livello di istruzione. Emergono infatti correlazioni positive con la stimolazione, l'autodirezione, l'universalismo e il successo, e correlazioni negative

con la tradizione, la sicurezza e la conformità (tab. 7.3). Ancora una volta, i risultati emersi dalla nostra ricerca sono simili a quelli ottenuti in letteratura [Capanna, Vecchione e Schwartz 2005; Schwartz 2006a]. Le correlazioni osservate si spiegano con il fatto che l'istruzione favorisce l'apertura intellettuale, la flessibilità, la disponibilità ad accettare idee nuove e l'ampiezza di prospettive e, allo stesso tempo, scoraggia l'accettazione passiva e acritica delle convenzioni sociali, delle usanze e delle credenze tradizionali.

Se infine prendiamo in esame la relazione fra i valori e la religiosità, osserviamo che le correlazioni più forti si osservano per i valori che rientrano nella dimensione della *Conservazione-Apertura al cambiamento* [*ibidem*]. Emergono, infatti, correlazioni positive con i valori della tradizione, della conformità e

TAB. 7.3. Correlazioni dei dieci tipi di valore con genere, età, livello di istruzione e importanza ascritta alla religione

Tipo di valore	Genere	Età	Livello di istruzione	Importanza della religione
Potere	-0,05*	-0,02	-0,01	-0,07**
Successo	-0,10***	-0,19***	0,09**	-0,03
Edonismo	-0,02	-0,21***	0,05	-0,20***
Stimolazione	-0,13***	-0,32***	0,17***	-0,19***
Autodirezione	-0,01	-0,08**	0,12***	-0,10***
Universalismo	0,03	0,04	0,10***	-0,02
Benevolenza	0,08**	0,11***	-0,04	0,07**
Tradizione	0,11***	0,30***	-0,24***	0,28***
Conformità	0,07**	0,27***	-0,13***	0,23***
Sicurezza	0,11***	0,21***	-0,16***	0,11***

Nota: Genere: 0 = maschile; 1 = femminile; età: variabile continua; livello di istruzione: 1 = scuola dell'obbligo, 2 = scuola superiore, 3 = laurea; importanza della religione: risposta alla domanda «Quale posto occupa la religione nella Sua vita? È per Lei molto importante, abbastanza importante, poco importante o per niente importante?», da 1 = «per niente importante» a 4 = «molto importante».

Legenda: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Fonte: Itanes [2006].

della sicurezza e correlazioni negative con i valori dell'edonismo, della stimolazione e dell'autodirezione (tab. 7.3).

Nel complesso, possiamo dire che sia l'analisi della struttura del sistema dei valori sia l'analisi delle correlazioni di ciascun tipo di valore con le variabili socio-demografiche confermano la validità della versione abbreviata dello strumento di misurazione dei valori utilizzata in questa ricerca.

7. *Valori e autocollocazione politica*

Accertata la validità del nostro strumento di misura dei valori, passiamo ad analizzare la relazione tra l'importanza ascritta ai dieci tipi di valori e le variabili di natura politica, cominciando dall'autocollocazione lungo la dimensione sinistra-destra¹. Poiché questa variabile, così come i valori, risulta correlata alle variabili socio-demografiche (cfr. cap. 5, pp. 149-186), abbiamo ritenuto opportuno verificare il legame tra autocollocazione e valori controllando l'effetto di genere, età, livello di istruzione e religiosità. Come si può vedere nella tabella 7.4, l'analisi delle correlazioni ha mostrato la presenza di legami significativi tra l'autocollocazione politica e i quattro valori che appartengono alla dimensione dell'*Autoaffermazione-Autotrascendenza*, nel senso che chi si colloca a destra dà più importanza ai valori del successo e del potere mentre chi si colloca a sinistra dà più importanza ai valori dell'universalismo e della benevolenza. Non appaiono invece altrettanto evidenti le differenze nell'importanza attribuita ai valori che appartengono alla dimensione della *Conservazione-Apertura al cambiamento*, suggerendo che questi possono essere stati meno cruciali nel definire la differenza ideologica nel nostro paese al momento della rilevazione dei dati.

Naturalmente, restano esclusi da questa analisi tutti gli intervistati che hanno rifiutato di definirsi nei termini della dimensione sinistra-destra, un gruppo che possiamo chiamare

¹ Risposta alla domanda: «Dal punto di vista politico, Lei si definirebbe: di sinistra, di centro-sinistra, di centro, di centro-destra, di destra, oppure nessuna di queste definizioni Le va bene?», su una scala da 1 = sinistra a 5 = destra.

TAB. 7.4. *Correlazioni parziali dei dieci tipi di valore con l'autocollocazione lungo la dimensione sinistra-destra (controllando l'effetto di genere, età, livello di istruzione e religiosità)*

Valore	Autocollocazione sulla dimensione sinistra-destra
Potere	0,17***
Successo	0,21***
Edonismo	0,01
Stimolazione	0,00
Autodirezione	-0,05
Universalismo	-0,25***
Benevolenza	-0,17***
Tradizione	-0,03
Conformità	-0,06
Sicurezza	0,02

Nota: L'autocollocazione è misurata su una scala da 1 = sinistra a 5 = destra.

Legenda: *** $p < 0,001$.

Fonte: Itanes [2006].

di «non collocati» politicamente. Si tratta di persone in generale abbastanza reticenti a svelare le loro opinioni politiche². Non solo. Rispetto alle persone che accettano di schierarsi lungo la dimensione sinistra-destra, questo gruppo tende anche a interessarsi meno di politica (non collocati $M = 1,59$ *vs* collocati $M = 2,29$)³, a parlarne di meno (non collocati $M = 2,49$ *vs*

² Per esempio, di fronte alla richiesta di dare un voto da 1 a 10 ai due candidati principali alle elezioni politiche i «non collocati» non hanno risposto in percentuale decisamente maggiore rispetto ai «collocati» (voto a Berlusconi: mancate risposte nei non collocati = 14,4% *vs* collocati = 1,2%; voto a Prodi, mancate risposte nei non collocati = 21,8% *vs* collocati = 2,8%).

³ Risposta alla domanda: «Lei quanto si interessa di politica?», su una scala a 4 punti da 1 = per niente a 4 = molto. La differenza tra collocati e non collocati è risultata significativa.

collocati $M = 3,78$)⁴ e, in generale, a saperne di meno (non collocati $M = 2,06$ vs collocati $M = 3,37$)⁵. Inoltre, a poco più di un mese dalle elezioni, la maggior parte dei «non collocati» si dichiarava ancora incerta su chi votare (il 68,7% contro il 18,7% dei collocati). Esaminare i valori abbracciati da questo gruppo può essere quindi particolarmente interessante. Vi è da notare tra l'altro che, se i «non collocati» sono apparsi restii a rivelare i propri giudizi politici, non hanno invece manifestato una reticenza particolare a dichiarare l'importanza da loro attribuita ai valori da noi indagati⁶.

Nella tabella 7.5 è riportata l'importanza media attribuita ai diversi tipi di valori dagli intervistati, suddivisi in quattro gruppi: intervistati di sinistra, di centro, di destra e non collocati. Il punteggio riportato deriva dal centraggio delle risposte per ciascun valore sull'importanza ascritta a tutti i valori (vedi paragrafo 3). Ricordiamo, infatti, che le persone fanno un uso soggettivo della scala: mentre alcune tendono a utilizzare i valori più alti, altre impiegano prevalentemente i valori più bassi (nella nostra ricerca questo è il caso, per esempio, dei non collocati). Per correggere queste tendenze di risposta si effettua appunto il centraggio dell'importanza attribuita a ogni singolo valore sull'importanza media assegnata a tutti i valori [cfr. Schwartz 2006a]. Questa operazione trasforma i punteggi di importanza assoluta in punteggi di importanza relativa. Le medie riportate in tabella sono dunque da intendersi come scarto dall'importanza media ascritta all'intero set dei dieci valori.

Dall'analisi delle differenze nell'importanza relativa che i quattro gruppi di intervistati ascrivono ai diversi valori emerge anzitutto che i non collocati sono il gruppo che assegna la mag-

⁴ Risposta alla domanda: «Lei con quale frequenza parla di politica?», su una scala a 7 punti da 1 = mai a 7 = tutti i giorni. La differenza tra collocati e non collocati è risultata significativa.

⁵ Indice calcolato sulla base delle risposte fornite a cinque domande volte a sondare la conoscenza politica degli intervistati (per esempio, «Lei sa chi è oggi il Ministro degli Esteri?»); scala da 0 = tutte risposte sbagliate o non risposte, a 5 = tutte risposte esatte. La differenza tra collocati e non collocati è risultata significativa.

⁶ La percentuale di mancate risposte alle domande sui valori è stata simile nei collocati (0,6%) e nei non collocati (0,5%).

giore importanza al valore della sicurezza e la minore importanza al valore dell'autodirezione. Se poi prendiamo in esame i valori che maggiormente sono apparsi correlati alla posizione sulla

TAB. 7.5. *Importanza media attribuita ai dieci tipi di valore dagli intervistati di sinistra, di centro, di destra e dai «non collocati»*

	Sinistra N = 592	Centro N = 166	Destra N = 487	Non collocati N = 365	F (df), p
Potere	-1,07	-0,98	-0,88	-0,96	F(3,1606) = 7,218, p < 0,001
Successo	-0,35	-0,26	-0,16	-0,29	F(3,1606) = 12,162, p < 0,001
Edonismo	0,05	0,03	0,02	-0,01	F(3,1606) = 0,906, ns
Stimolazione	-0,53	-0,54	-0,56	-0,60	F(3,1606) = 1,100, ns
Autodirezione	0,29	0,27	0,22	0,21	F(3,1606) = 3,781, p < 0,01
Universalismo	0,36	0,26	0,13	0,23	F(3,1606) = 24,507, p < 0,001
Benevolenza	0,23	0,19	0,12	0,21	F(3,1606) = 6,766; p < 0,001
Tradizione	0,12	0,09	0,15	0,19	F(3,1606) = 2,207, ns
Conformità	0,35	0,38	0,35	0,34	F(3,1606) = 0,327, ns
Sicurezza	0,57	0,55	0,58	0,65	F(3,1606) = 4,844, p < 0,01

Nota: I dati si riferiscono ai punteggi centrati. Le medie riportate in tabella sono dunque da intendersi come scarto dall'importanza media ascrivita all'intero set dei dieci valori.

Fonte: Itanes [2006].

scala sinistra-destra, notiamo che il profilo dei non collocati per un verso si avvicina a quello degli intervistati di sinistra e per un altro a quello degli intervistati di destra. Similmente agli intervistati di sinistra, i non collocati attribuiscono poca importanza al valore del successo, mentre ne attribuiscono relativamente di più al valore del potere, avvicinandosi così agli intervistati di destra. Inoltre i non collocati sono simili agli intervistati di sinistra per l'importanza attribuita alla benevolenza, mentre se ne distanziano per l'importanza relativamente minore attribuita all'universalismo. Questo profilo valoriale peculiare dei non collocati rispetto a quello proprio di chi sta a sinistra o a destra offre una chiave di lettura della difficoltà che questo gruppo di elettori incontra nel riconoscersi nella dimensione sinistra-destra.

8. *Valori e atteggiamenti verso l'immigrazione*

Dopo aver visto la relazione tra i valori e un principio di organizzazione delle idee politiche come la dimensione sinistra-destra, chiediamoci se i valori sono correlati anche agli atteggiamenti su specifici temi politici. Come si è accennato all'inizio di questo capitolo, l'impostazione proposta da Schwartz prevede che esista una correlazione tra i valori e gli atteggiamenti manifestati verso una varietà di oggetti sociali, tra cui gli oggetti di natura politica (temi e opzioni di *policy*). Tra i diversi atteggiamenti indagati nell'indagine, prendiamo in esame quelli relativi agli immigrati e ad alcune decisioni politiche da adottare nei loro riguardi. Per la rilevanza sociale che la questione dell'immigrazione è venuta assumendo in tutti i paesi europei negli ultimi decenni, gli atteggiamenti verso gli immigrati e verso le politiche da mettere in atto nei loro confronti sono già stati oggetto di attenzione da parte degli studiosi dei valori [Leong e Ward 2006; Schwartz 2006b]. D'altra parte, nel contesto del presente volume l'esame di questi atteggiamenti appare di particolare interesse visto che, tra il 2001 e il 2006, il divario tra elettori di centro-sinistra ed elettori di centro-destra rispetto a essi si è ampliato.

Abbiamo dunque messo in relazione l'importanza ascritta ai dieci tipi di valore da noi misurati con gli atteggiamenti dichiarati

TAB. 7.6. *Correlazioni parziali tra i dieci tipi di valore e alcuni atteggiamenti verso gli immigrati e le decisioni politiche sull'immigrazione (controllando l'effetto dell'autocollocazione politica)*

TIPO DI VALORE	ATTEGGIAMENTI			
	Gli immigrati sono un pericolo per la nostra cultura e la nostra identità	Gli immigrati sono una minaccia per l'occupazione	Dare diritto di voto agli immigrati regolari	Permettere ai musulmani di costruire le moschee
Potere	0,15***	0,20***	-0,19***	-0,08**
Successo	0,05	0,03	-0,10**	-0,05
Edonismo	0,04	0,08*	-0,09*	0,01
Stimolazione	-0,05	-0,03	-0,02	0,12***
Autodirezione	-0,07*	-0,17***	0,09**	0,05
Universalismo	-0,20***	-0,28***	0,22***	0,20***
Benevolenza	-0,12***	-0,08**	0,06	0,07*
Tradizione	0,08**	0,10**	0,06*	-0,12***
Conformità	-0,03	-0,03	0,09*	-0,06
Sicurezza	0,07*	0,05	-0,01	-0,12***

Nota: Tutti gli atteggiamenti sono misurati su scala da 1 a 4.

Legenda: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Fonte: Itanes [2006].

nei confronti degli immigrati e delle politiche che li riguardano (tab. 7.6). Dal momento che la questione dell'immigrazione è una di quelle rispetto alle quali le posizioni degli elettori di sinistra e di destra appaiono più distanti, nella nostra analisi abbiamo deciso di controllare l'effetto dell'autocollocazione politica sulla scala sinistra-destra.

Un primo dato rilevante emerso dall'analisi così effettuata è che i valori influenzano le posizioni su questi temi anche al

di là e indipendentemente dalla posizione ideologica sulla scala sinistra-destra⁷.

In secondo luogo, risulta evidente che gli atteggiamenti verso gli immigrati e le politiche da adottare nei loro confronti si collegano a una molteplicità di valori, sia quelli afferenti alla dimensione dell'*Autoaffermazione-Autotrascendenza*, sia quelli afferenti alla dimensione della *Conservazione-Apertura al cambiamento*. Per quanto riguarda la prima dimensione, si osservano correlazioni significative dei diversi atteggiamenti con i valori dell'universalismo e della benevolenza, così come (di segno opposto), con i valori del potere e del successo. Ciò non stupisce se si pensa, per esempio, che dare molta importanza al valore dell'universalismo significa assumere come principio-guida della propria vita la tolleranza nei confronti di persone diverse e l'impegno di assicurare a tutti le stesse opportunità nella vita, e se si pensa, all'opposto, che ritenere importante il valore del potere si collega al desiderio di predominio sugli altri. Per quanto riguarda la dimensione della *Conservazione-Apertura al cambiamento*, le correlazioni osservate sono di minore entità. I valori più correlati agli atteggiamenti verso gli immigrati sono da un lato la tradizione e dall'altro l'autodirezione: l'importanza assegnata all'osservanza delle tradizioni culturali e religiose appare correlata positivamente con la percezione che gli immigrati costituiscano una minaccia per l'occupazione e negativamente con la decisione di permettere ai musulmani immigrati di costruire moschee; d'altro canto, un valore che favorisce l'apertura alla novità e all'indipendenza di pensiero, come l'autodirezione, si presenta collegato con la percezione che gli immigrati *non* costituiscano una minaccia per l'occupazione.

Quanto emerso dalla nostra analisi suggerisce che, nel momento in cui è stata condotta la rilevazione, nel nostro paese il fenomeno dell'immigrazione era interpretato secondo due chiavi di lettura differenti. Una prima chiave di lettura è quella

⁷ Da un'analisi di confronto è emerso infatti che, se non si controlla l'effetto dell'autocollocazione, le correlazioni non sono molto diverse da quelle presentate nella tabella 7.6 e specificamente: a) stimolazione, autodirezione, benevolenza, conformità e sicurezza presentano correlazioni significative con un solo atteggiamento in più rispetto a quelle riportate nella tabella 7.6; b) il successo presenta correlazioni significative con tutti e quattro gli atteggiamenti esaminati.

dell'uguaglianza. Da questo punto di vista, l'immigrazione suscita preoccupazioni collegate al mantenimento della posizione di dominio del proprio gruppo o, viceversa, preoccupazioni connesse alla necessità di assicurare a una categoria sociale «nuova» e minoritaria gli stessi diritti goduti dalla maggioranza. Una seconda chiave di lettura è quella dell'apertura o meno alle novità e ai cambiamenti nelle norme e nell'assetto della società. In questa seconda prospettiva, il tema dell'immigrazione solleva preoccupazioni di sicurezza, di mantenimento dell'ordine sociale e di salvaguardia delle proprie tradizioni.

Una conferma delle due possibili ottiche attraverso cui è interpretato il fenomeno dell'immigrazione viene dalle correlazioni con l'atteggiamento verso l'estensione del diritto di voto agli immigrati regolari. A questo riguardo, le uniche correlazioni negative che si osservano sono quelle con i valori del potere e del successo (e dell'edonismo), mentre si osservano correlazioni positive, oltre che con i valori dell'universalismo e dell'autodirezione, anche con alcuni valori forse «inattesi», ossia quelli della tradizione e della conformità. Questo risultato indicherebbe che l'estensione di tale diritto alla nuova categoria degli immigrati può essere favorita non solo da un approccio egualitario e di apertura verso «i diversi», ma anche da un'ottica di assimilazione, in base alla quale questo diritto viene esteso alla nuova categoria a patto che manifesti pieno rispetto delle regole e delle tradizioni della società ospitante.

9. *Valori e scelta di voto*

Veniamo ora a un interrogativo per noi cruciale, se cioè l'importanza attribuita ai diversi valori sia correlata alla scelta di voto. Si tratta di un tema che per la sua rilevanza è stato ampiamente indagato anche dagli studiosi che hanno esaminato il tema dei valori dal punto di vista politologico, esaminandoli empiricamente in riferimento agli atteggiamenti politici. Se alcune ricerche condotte secondo questa prospettiva indicavano uno scarso impatto dei valori sulla scelta di voto [Calvi 1980], le ricerche più recenti propendono per una conclusione diversa. Bellucci e Petrarca [2007] notano che in Italia, per esempio, la rilevanza dei valori rispetto alla scelta di voto è progressivamente

aumentata nel tempo, e questo anche in seguito al venire meno delle subculture cattolica e comunista.

Anche ricerche condotte in diversi contesti politici secondo la prospettiva psicologica proposta da Schwartz hanno confermato l'esistenza di una relazione tra valori e preferenze politiche [Barnea e Schwartz 1998; Caprara *et al.* 2006; 2008; Feldman 2003; Schwartz 1994]. Verosimilmente, le persone possono essere più orientate a dare il loro voto ai partiti o ai leader che, ai loro occhi, promuovono o salvaguardano i principi che esse ritengono importanti. D'altra parte, il riferimento a valori condivisi è una delle strategie argomentative forse più utilizzate dai politici per creare aggregazione a favore della propria parte politica e per distinguersi positivamente dalle parti politiche avverse [cfr. anche Leudar, Marland e Nekpvapil 2004].

Chiediamoci se sussistono, e quali sono, i valori che possono essere annoverati tra i predittori del voto alle elezioni politiche del 2006. Nella tabella 7.7 sono presentati i risultati di un'analisi di regressione logistica a blocchi successivi, nella quale sono state inserite in un primo blocco alcune variabili socio-demografiche che abbiamo già visto essere correlate sia al voto sia ai valori, e in un secondo blocco i dieci tipi di valori da noi misurati. I risultati mostrano che l'introduzione dei valori nell'equazione di regressione aumenta visibilmente la varianza spiegata. In particolare, l'importanza ascritta ai valori dell'universalismo e della benevolenza si associa significativamente alla scelta di votare per la coalizione di centro-sinistra, mentre l'importanza ascritta ai valori del potere, del successo, della tradizione e della conformità si associa alla scelta di votare per la coalizione di centro-destra.

Viene spontaneo chiedersi se le differenze rilevate tra i due elettorati siano caratterizzate da una certa stabilità o se invece tendano a modificarsi nel tempo. Purtroppo, a differenza di quanto è avvenuto per la maggior parte delle variabili indagate in questo volume, non abbiamo la possibilità di dare una risposta completa facendo riferimento alle precedenti indagini Itanes, in quanto queste non includevano misure simili a quelle qui utilizzate. È possibile tuttavia fare un confronto con una ricerca di Caprara e colleghi [2006], che ha misurato gli stessi valori da noi indagati su un campione di 2849 elettori italiani, intervistati nel corso di tre rilevazioni successive, effettuate

TAB. 7.7. *Regressione logistica della scelta di voto sulle variabili socio-demografiche e sui dieci tipi di valore*

	EXP (B)	
	Step 1	Step 2
GENERE		
Uomini	1,023	1,012
COORTE		
Nati dopo il 1976	1,127	1,153
1966-1975	1,698*	1,703*
1956-1965	0,898	0,936
1946-1955	1,081	1,158
1936-1945	1,004	0,942
TITOLO DI STUDIO		
Scuola dell'obbligo	1,864**	1,488
Diploma	1,592*	1,525
ZONA GEOPOLITICA		
Nordovest	1,345	1,567*
Nordest	1,850**	2,237***
Zona rossa	0,557**	0,608**
Centro	0,853	0,853
VALORI		
Potere		1,259*
Successo		1,450**
Edonismo		1,281
Stimolazione		0,788°
Autodirezione		0,954
Universalismo		0,433***
Benevolenza		0,634***
Tradizione		1,505**
Conformità		1,730**
Sicurezza		1,304
R ² Nagelkerke	0,06	0,17
Model χ^2 (df), p	48,527 (12), p < 0,001	143,441 (22), p < 0,001
$\Delta\chi^2$ (df), p		94,913 (10), p < 0,001
% class. Totale	60,6	67,7

Nota: 0 = voto per la coalizione di centro-sinistra; 1 = voto per la coalizione di centro-destra.

Condizioni di riferimento per le variabili nominali inserite: Genere: donne; Coorte: nati prima del 1935 (accorpati i più anziani per n bassi); Titolo di studio: laurea; Zona geopolitica: Sud.

Legenda: ° p < 0,06; * p < 0,05; ** p < 0,01; *** p < 0,001.

Fonte: Itanes [2006].

rispettivamente 9, 19 e 27 mesi dopo le elezioni del 2001. Il confronto può essere solo parziale, poiché le due ricerche differiscono, oltre che per la scala di misura utilizzata (Caprara e colleghi hanno impiegato la versione a quaranta item del PvQ), per la modalità di campionamento e la procedura di rilevazione dei dati. Detto questo, emergono comunque dal confronto alcune informazioni utili in merito alla stabilità, tra il 2001 e il 2006, dei valori dei due elettorati. I valori più caratteristici del centro-sinistra e, rispettivamente, del centro-destra, risultano in larga parte gli stessi in entrambe le ricerche (universalismo e benevolenza per il centro-sinistra, potere, successo, tradizione e conformità per il centro-destra). Vi è tuttavia una differenza significativa, relativa al valore della sicurezza, che nei dati raccolti dopo le elezioni del 2001 risultava predittore del voto per il centro-destra, mentre non è risultato tale nei dati raccolti subito dopo le elezioni del 2006.

Nel complesso, dunque, i risultati del confronto tra le due rilevazioni depongono a favore di una notevole stabilità nel tempo delle relazioni tra valori e scelta di voto. Al contempo, suggeriscono la possibilità che situazioni contingenti, come il verificarsi di eventi significativi e drammatici o il ricorrere di certi temi durante la campagna elettorale, possano rendere alcuni valori più salienti di altri presso l'elettorato, influenzando così la relazione tra valori e scelta di voto. Nelle elezioni del 2006 questo sembra essere stato il caso del valore della sicurezza, caratterizzato da un'elevata salienza sia negli elettori di centro-sinistra sia in quelli di centro-destra (cfr. par. 7), non risultando di conseguenza particolarmente discriminante rispetto al voto (tuttavia rimandiamo al cap. 10, pp. 329-358, per una trattazione di come invece proprio il riferimento al valore della sicurezza abbia giocato un ruolo rilevante nella scelta di voto degli elettori indecisi, ossia di coloro che un mese prima delle elezioni non avevano ancora scelto per chi votare).

Esaminare in modo più approfondito quanto di stabile e quanto di mutevole vi è nel rapporto tra importanza assegnata ai valori e scelta di voto sarebbe sicuramente opportuno, e questo potrebbe essere reso possibile in futuro da rilevazioni periodiche che utilizzino campioni, strumenti e procedure di indagine tra loro confrontabili.

10. Conclusioni

Tutte le persone, anche quelle più lontane da ideologie politiche e/o fedi religiose, riconoscono alcuni valori come principi-guida della loro vita. L'adesione a tali valori orienta atteggiamenti e comportamenti in una varietà di ambiti, tra cui quello politico. Le nostre analisi offrono una conferma in questo senso e indicano che, complessivamente, in occasione delle ultime elezioni del 2006, atteggiamenti e comportamenti politici si sono associati con forza ai valori della dimensione dell'*Autoaffermazione-Autotrascendenza* e, con forza minore, ai valori della *Conservazione-Apertura al cambiamento*. Le ragioni di questa differenza meriterebbero di essere indagate a fondo. I dati a nostra disposizione suggeriscono che la ridotta capacità della dimensione della *Conservazione-Apertura al cambiamento* nel discriminare tra atteggiamenti e comportamenti di sinistra e di destra è in parte da ascrivere all'elevata importanza assegnata da tutti gli intervistati al valore della sicurezza. Una valutazione che, nella sua unanimità, può essere ricondotta a ragioni contestuali e storiche, facilmente rintracciabili nell'elevata salienza che questo tema ha assunto presso l'opinione pubblica dopo gli attentati terroristici negli Stati Uniti, in Spagna e in Gran Bretagna tra il 2001 e il 2005. Detto questo, il confronto tra le analisi da noi condotte in occasione delle ultime elezioni e quelle presenti in letteratura indica che, se la forza di alcune associazioni tra valori e voto può modificarsi da un contesto elettorale all'altro, nel complesso il pattern delle associazioni appare caratterizzato da una notevole stabilità.

Esaminare come l'adesione ai valori si riflette sugli atteggiamenti e sui comportamenti politici consente di fare luce sul significato e sulle implicazioni soggettive di tali atteggiamenti e comportamenti. Per esempio, analizzare l'associazione tra la definizione che le persone danno di se stesse lungo la dimensione sinistra-destra e l'importanza che assegnano a determinati valori consente di indagare il significato connesso all'autocollocazione politica. Un'analisi simile può fornire indicazioni utili a chi progetta la strategia comunicativa dei leader politici: può infatti suggerire su quali valori, in un certo momento, valga la pena di fare maggior leva per mobilitare il proprio elettorato. Allo stesso modo, l'analisi delle relazioni tra valori e atteggiamenti

politici può fornire suggerimenti circa il modo in cui è più opportuno inquadrare nel discorso un certo tema per rafforzare l'appoggio dei propri elettori. Naturalmente, in un'ottica di campagna permanente, anche l'esame dell'effetto dei valori sull'effettiva scelta di voto costituisce un elemento fondamentale da cui partire per progettare la comunicazione politica sia di chi ha vinto sia di chi ha perso una tornata elettorale, in vista della successiva.

Sulla base delle relazioni che i valori intrattengono con atteggiamenti e comportamenti politici, infine, il loro esame consente di comprendere meglio la posizione di coloro che si dichiarano estranei alla politica, che rifiutano, per esempio, di definire se stessi lungo la dimensione sinistra-destra. Come si è accennato, infatti, il sistema dei valori proposto da Schwartz costituisce un insieme di scopi valutati positivamente da tutti, rispetto al quale anche gli «estranei» sembrano esprimersi con facilità, sentendosi chiamati a pronunciarsi su temi a cui sono interessati o sui quali non hanno remore a scoprirsi.