

Alma Mater Studiorum – Università di Bologna

**DOTTORATO DI RICERCA IN
MENTE, LOGICA E LINGUAGGIO**

Ciclo XIV

Settore Concorsuale di afferenza: 11/E1: PSICOLOGIA GENERALE, PSICOBIOLOGIA E
PSICOMETRIA

Settore Scientifico disciplinare: M-PSI/01 – PSICOLOGIA GENERALE

**Stili cognitivi e sofisticazione politica, un approccio sperimentale
allo studio del comportamento di voto
dei giovani elettori Italiani e Bielorussi**

Presentata da: Iryna Sivertsava

Coordinatore Dottorato: Roberto Nicoletti

Tutore e relatore: Roberta Lorenzetti

Esame finale anno 2012

La presente ricerca è stata finanziata dalla borsa di studio della Commissione Europea nell'ambito del programma Erasmus Mundus "External Cooperation Window Lot 6" (EMECWLot6).

Indice

Introduzione	4
1. Approccio politico-psicologico allo studio del comportamento degli elettori	
<u>1.1 La psicologia politica</u>	8
<u>1.2 Storia e metodi di psicologia politica</u>	12
<u>1.3 Approcci allo studio del comportamento politico</u>	
<u>1.3.1 Modello euristico</u>	18
<u>1.3.2 Critica del modello euristico: modelli simulativi</u>	23
<u>1.3.3 Modello online della formazione delle opinioni</u>	29
<u>1.3.4 Modello del campionamento delle credenze</u>	33
<u>1.3.5 Teoria dell'intelligenza emotiva</u>	38
2. Lo stile cognitivo	
<u>2.1 Concetto "stile cognitivo"</u>	42
<u>2.2 Metodo di misurazione dello stile cognitivo di R. Branson e A. Harrison</u>	45
3. Parte sperimentale	
<u>3.1 Primo esperimento</u>	48
<u>3.2 Secondo esperimento</u>	58
Conclusioni	85
Bibliografia e sitografia	90
Appendice	93

Introduzione

Lo studio del comportamento di voto è una delle tematiche d'attualità nell'ambito della psicologia politica. C'è meno consenso riguardo alla capacità degli elettori di fare scelte politiche funzionali: le conoscenze possedute dagli elettori comuni bastano per effettuare un voto di qualità oppure la loro scelta è irrazionale e contraddittoria? Questa è una delle domande centrali nell'approccio cognitivo allo studio del comportamento di voto. La risposta ad essa dipende in gran parte dal valore che l'esperto attribuisce alla razionalità e irrazionalità, nonché al ruolo dell'emozione (affetto) nell'interpretazione e spiegazione del comportamento umano. Per esempio, Angus Campbell, Philip Converse, Warren Miller e Donald Stokes (1960) considerano il comportamento degli elettori Americani come irrazionale; come sostiene Patrizia Catellani (2011) in riferimento a questo studio: "Le persone si limiterebbero ad adattare le poche informazioni di cui dispongono alle idee preconcepite che hanno già, quindi per esempio "filtrerebbero" nuove informazioni relative al loro partito in modo tale da renderle coerenti con la visione positiva che hanno già di quel partito"¹. A questo modello viene contrapposto il modello dell'elettore razionale di Anthony Downs (1957), in cui per la parola "razionale" si riferisce alla capacità "di scegliere tra le possibili alternative quella che garantisce maggiormente il proseguimento del proprio interesse"². I modelli dell'elettore irrazionale e quello della scelta razionale sono stati elaborati durante gli anni 1960 e 1970, ovvero durante il periodo di studio dell'opinione pubblica, e da allora ad oggi la contrapposizione tra queste linee di pensiero continua a persistere e si declina nelle posizioni seguenti: l'approccio della razionalità limitata, quello dell'irrazionalità e quello dell'intelligenza emotiva.

L'approccio della razionalità limitata è rappresentato nel presente lavoro dai modelli euristici di Paul M. Sniderman, Richard A. Brody e Phillip E. Tetlock (1991) e Arthur Lupia (1994). Questi modelli si focalizzano sulle strategie mentali che gli elettori poco informati cercano di imitare per produrre un voto identico a quello degli elettori ben informati o sofisticati. Secondo Sniderman et al. (1991), la sofisticazione corrisponde ad "un alto livello di consapevolezza che predetermina il suo modo di ragionare sulle scelte politiche"³. Lupia sostiene che l'uso della strategia euristica del *partisan cue* permette agli elettori di fare una scelta 'giusta', se essi sono capaci di percepire correttamente il messaggio e le motivazioni implicite del latore delle informazioni.

A queste idee si contrappone il pensiero sull'irrazionalità del comportamento elettorale sostenuto dai modelli simulativi di Larry M. Bartels (1996) e Scott L. Althaus (1998). Bartels sottolinea l'importanza di indagare sui motivi dell'ignoranza degli elettori e di limitare il ruolo delle strategie euristiche che permetterebbero di emulare il comportamento dell'elettorato informato. Althaus studia le preferenze collettive e arriva all'idea che un alto livello di informazione non basta per poter prendere una decisione di voto di qualità. Secondo lui, l'elettore ideale è quello che "possiede

¹ Catellani 2011: 23.

² Catellani 2011: 24.

³ Sniderman et al. 1991: 20.

un certo stile cognitivo e strategie di ragionamento”⁴.

Il ruolo dell’emozione è riabilitato parzialmente dai modelli dell’elaborazione dei dati online di Milton Lodge, Marco R. Steenbergen e Shawn Brau (1995), in cui la responsività agli stimoli viene percepita come sinonimo della scelta razionale. Il modello dell’elaborazione online è situato a metà strada tra cognizione e emozione: esso obietta contro l’effetto della memoria sulla valutazione e sostiene l’idea di superiorità delle emozioni nel processo di valutazione del candidato. Secondo Lodge et al., l’elettore razionale è quello che è capace di “formare un giudizio come feedback agli stimoli percepiti durante la campagna elettorale, di aggiornarli, integrare le nuove informazioni e, infine, di usarli per prendere una decisione politica”⁵.

Nel modello del campionamento delle credenze di John Zaller e Stanley Feldman (1992) il carattere degli atteggiamenti degli elettori sembra assomigliare a quello delle emozioni, ciò ribadisce l’importanza dell’emozione nel processo decisionale, lo rende consapevole e sofisticato. Secondo Zaller et al., l’elettore politicamente sofisticato è quello che “integra le considerazioni affettive e gli atteggiamenti nelle sue scelte politiche”⁶.

I teorici dell’intelligenza emotiva, George E. Marcus, W. Russell Neuman e Michael MacKuen (2000) riabilitano completamente l’importanza del fattore affettivo nel comportamento di voto, sostenendo che l’emozione, in particolare l’ansia, porta gli elettori a prendere decisioni di qualità.

In questo lavoro intendiamo sostenere una posizione che si accosta al pensiero dell’intelligenza emotiva, e intendiamo mostrare che i giovani elettori Italiani e Bielorusi sono capaci di comportarsi in modo responsabile e razionale, anche nelle condizioni estreme sperimentali caratterizzate dalla manipolazione delle informazioni da parte degli sperimentatori. L’obiettivo generale è trovare la relazione tra lo stile cognitivo e il comportamento di voto. Uno dei compiti della ricerca è identificare le strategie del ragionamento utilizzate dall’elettore politicamente sofisticato come opposte a quelle dell’elettore razionale nel senso dello “standard classico della cittadinanza democratica” di Lazarsfeld (1944)⁷.

Obiettivi del presente lavoro

Sosterremo una tesi che utilizza un approccio cognitivo all’uso delle euristiche nel comportamento elettorale, all’elaborazione delle informazioni (*on-line processing*) che spiega la capacità delle persone di aggiornare le informazioni, nonché la loro capacità di scegliere le considerazioni salienti durante il loro comportamento di voto (modello del campionamento delle credenze). Verificheremo l’impatto delle conoscenze politiche sul comportamento di voto e il carattere di queste conoscenze, non necessariamente riducibile alle informazioni enciclopediche. Cercheremo di trovare

⁴ Althaus 1998: 553.

⁵ Lodge et al. 1995: 311.

⁶ Zaller et al. 1992: 600.

⁷ Bartels 1996: 197.

corrispondenze tra lo stile cognitivo dell'elettore e il suo comportamento di voto.

L'obiettivo generale della presente tesi, quindi, è analizzare criticamente diversi modelli del meccanismo di formazione delle opinioni e dello studio del comportamento di voto.

L'obbiettivo sperimentale è trovare i fattori, diversi dalle conoscenze, che possono influenzare il comportamento dell'elettore.

Nel primo capitolo affronteremo i principali argomenti teorici per sostenere l'approccio cognitivo al comportamento di voto, analizzando i vari contributi di alcuni modelli quali il modello euristico, il modello dell'elaborazione online, e il modello del campionamento delle credenze..

Nel secondo capitolo presenteremo i due esperimenti effettuati presso l'Università degli Studi di Bologna e l'Università Statale di Minsk tra febbraio 2011 e ottobre 2011.

Prima di effettuare il nostro primo esperimento ci è sembrato possibile spiegare il comportamento volubile dell'elettore sulla base dell'uso della retorica persuasiva, nonché dell'effetto della forma dell'esposizione al messaggio. L'obiettivo del primo esperimento è la definizione dell'impatto che il messaggio elettorale può avere sulla scelta di voto degli studenti Italiani. Il fattore che varia è il modo di presentazione (scritto e audio-visivo).

Le ipotesi del primo esperimento sono:

- 1) Se il messaggio è costruito con l'aiuto dei principi persuasivi, è probabile che influenzi le persone in modo positivo;
- 2) La forma audiovisiva supererà quella scritta per il volume dei voti raccolti dal messaggio più preferito.

Dal momento che la psicologia politica si occupa anche del comportamento individuale dell'elettore, abbiamo ritenuto adatto al nostro lavoro il concetto di stile cognitivo per cui si intende le modalità individuali di elaborare le informazioni. In psicologia generale, queste modalità sono studiate più strettamente nell'ambito della psicologia dei processi cognitivi, responsabili per l'elaborazione dei dati. In questo ambito, lo stile viene visto come una preferenza individuale di modalità cognitive complesse quali, per esempio, il prendere decisioni e il fare ragionamenti politici. Dal momento che appare come una caratteristica stabile che si dimostra in situazioni diverse e relativamente ad ambiti di progressiva complessità, lo stile cognitivo è facilmente applicabile all'ambito delle scelte di voto. Inoltre, il fatto che la suddetta è una caratteristica non descrivibile in termini di corrispondenza o meno a uno standard, ciò la rende adatta per l'analisi del comportamento degli elettori nei paesi con diversi livelli di democratizzazione.

Durante il nostro secondo esperimento, che ha come uno degli obbiettivi l'accertamento dell'impatto dello stile cognitivo sul comportamento di voto dei giovani elettori Italiani e Bielorusi, useremo sia il metodo a domanda chiusa – il questionario degli stili cognitivi elaborato da Allen F. Harrison e Robert M. Branson (1984) e modificato da Anatoli Alexeev e Larissa Gromova (1993), sia i metodi a domanda aperta con interviste scritte che lasciano ai soggetti la libera scelta.

Un altro obiettivo del secondo esperimento è trovare il collegamento tra lo stile cognitivo e il comportamento di voto dell'elettore politicamente sofisticato.

Per il secondo esperimento abbiamo formulato le seguenti ipotesi:

- 1) Lo stile cognitivo è un fattore moderatore del comportamento durante il voto, perciò il processo decisionale e le strategie usate dai rappresentanti degli stili diversi varieranno;
- 2) Le conoscenze politiche sono un fattore mediatore del comportamento dell'elettore, perciò ci aspettiamo che le conoscenze influenzeranno il comportamento degli elettori;
- 3) La decrescita dell'indice conoscitivo corrisponde all'aumento della quantità delle astensioni;
- 4) La manipolazione delle informazioni contenute nel messaggio da parte dello sperimentatore è un fattore moderatore che ha un grande impatto sul comportamento degli elettori sia italiani che bielorusi.

Ci riproponiamo in tal modo di comparare criticamente la tradizionale distinzione tra razionalità e irrazionalità del comportamento dell'elettore sottoposto all'influenza dello stile cognitivo e orientare il focus dell'attenzione verso la ricerca di caratteristiche che ci rendono unici come elettori, nonché di quelle che ci accomunano.

1. Approccio politico-psicologico allo studio del comportamento degli elettori

In questo capitolo vorremmo presentare una breve panoramica del contesto scientifico in cui si colloca l'oggetto della nostra ricerca. Parleremo della psicologia politica – un approccio relativamente nuovo allo studio del comportamento dell'elettore in generale e dell'atto del votare in particolare.

1.1 La psicologia politica

La psicologia politica è una disciplina eclettica che include una varietà di tematiche politiche, psicologiche, filosofiche e linguistiche. Questo filone di ricerca si occupa principalmente della prospettiva dell'elettore nel processo politico, curando aspetti come la partecipazione politica, il comportamento di voto e l'opinione pubblica. Margaret G. Hermann (1986) identifica cinque postulati o "principi" della psicologia politica. Noi li presenteremo in un ordine che è diverso dall'originale, partendo da quelli che ci sembrano i più importanti. Aggiungeremo anche la descrizione dei rischi di ciascun postulato che l'autrice cerca di evitare a questo stadio della legittimazione di una disciplina relativamente nuova.

Il primo postulato di psicologia politica è quello che la rende multidisciplinare ed eclettica – "focalizzazione sull'interazione tra fenomeni politici e psicologici"⁸. La psicologia politica non si occupa di una singola teoria e non possiede un modello o paradigma unico, ma si trova all'incrocio delle scienze adiacenti: politica e psicologia. Queste ultime esercitano un impatto continuo l'una sull'altra, si contaminano, interagiscono tra di loro e si scambiano i dati che includono una moltitudine di prospettive e discipline, quali psichiatria, filosofia, sociologia ecc. Hermann paragona la psicologia politica ad un "mosaico" che mostra l'interazione tra processi politici e psicologici. Per processi psicologici, l'autrice intende "percezioni, credenze, motivi, opinioni, valori, interessi, stili, difese ed esperienze", mentre i processi politici sono "cultura politica, sistema politico, meccanismi della socializzazione politica, movimenti politici e partiti, sistemi internazionali"⁹.

Il rischio della natura variegata della psicologia politica potrebbe essere la difficoltà nel ritrovare la propria identità, cioè aree di ricerca che appartengono soltanto a questa disciplina. Come sostiene Aristarchi: "La difficoltà (che) riguarda la psicologia politica è che si trova spesso embricata con altre forme di psicologia e soprattutto con la psicologia sociale"¹⁰. L'autore non è del tutto favorevole al fatto che la psicologia politica fornisca la sua interpretazione agli argomenti trattati dalla psicologia sociale, filosofia ecc. Secondo lui, la psicologia politica dovrebbe avere "il suo *proprium*" sia nei confronti di altre discipline, sia nei confronti di altri settori di psicologia"¹¹. Nel caso contrario, la natura eclettica della nuova disciplina potrà tradursi nel problema della sua legittimazione rispetto ad altre discipline.

⁸ Hermann 1986: 2.

⁹ Ibidem.

¹⁰ Aristarchi 1998: 9.

¹¹ Aristarchi 1998: 10.

Il secondo principio, più importante secondo noi, su cui si basa la psicologia politica è la “tolleranza verso una moltitudine dei metodi della raccolta dei dati”¹². La psicologia politica è un approccio che sfrutta una varietà di metodi, come sondaggio, analisi qualitativa dei dati, *content analysis*, questionario, osservazione, *case study*, ricerca dell’archivio, esperimento e analisi qualitativa delle informazioni. Hermann spiega che la tolleranza per vari metodi è frutto della natura multidisciplinare di psicologia politica. Il problema che suscita le più accese discussioni a tale riguardo non è l’appropriatezza dei metodi usati ma le corrispondenze e i punti in comune ritrovati nei dati raccolti attraverso tecniche diverse.

Il terzo postulato di psicologia politica è il suo impegno sociale: “La ricerca deve rispondere alle esigenze della società”¹³. Questo principio si è innestato nella storia della disciplina dopo la Seconda Guerra Mondiale. Gli scienziati di quell’epoca erano stimolati dal problema delle dittature che i fenomeni del nazismo e del fascismo avevano portato alla luce. Gli psicologi politici di allora vedevano la scienza come strumento per risolvere i problemi sociali. Questa motivazione nobile si è tradotta nel principio che, però, potrebbe prestarsi al rischio di essere strumentalizzato. Un fervido desiderio e motivazione del ricercatore di trovare una soluzione al problema sociale potrebbe guidare la sua ricerca in modo tale che lui (lei) imponga la sua opinione personale. Perciò è importante che chi fa ricerca mantenga un continuo auto-controllo dove possibile per evitare che le sue idee e convinzioni personali influenzino il lavoro.

Il quarto postulato della psicologia politica afferma che “il contesto fa la differenza”¹⁴. Gli psicologi politici danno primaria importanza all’impatto dell’ambiente in cui viene condotta la ricerca sui risultati. Lane osserva: “La psicologia politica è lo studio della persona in un’epoca e situazione concreta”¹⁵. Le culture diverse producono modi diversi dell’interazione e partecipazione politica, e la psicologia politica segnala queste differenze, contribuendo alla sistemazione delle parti del mosaico. A questo principio, però, si oppone la tendenza a contrastare il carattere distaccato degli studi individuali, unendoli sotto una teoria politico-psicologica generale la quale, preferibilmente, abbia ricevuto conferme durante gli esperimenti in culture diverse.

Il quinto postulato invita lo studioso ad attribuire uguale importanza al processo come al risultato. Per “il processo” qui si intende il modo tramite il quale i risultati vengono introdotti in pratica. Le ricerche di questo tipo studiano i fenomeni politici in una prospettiva analitica ampia in cui il processo psicologico sarà fondamentale, basilare. Il focus sul risultato, invece, è tipico degli studi sull’individuo. I processi e i risultati sono intrinsecamente connessi tra di loro. Questa relazione fornisce al ricercatore una struttura più profonda per l’interpretazione dei dati; il risultato da solo, invece, può servire come prova aggiuntiva oppure come un punto di partenza per una ricerca più generale. Il rischio è che il ricercatore sarà incapace di trovare le corrispondenze giuste tra il processo e il risultato e ciò potrebbe danneggiare la sua interpretazione dei dati.

A parte dei postulati che abbiamo elencato prima, Hermann identifica i problemi – *issues* – più urgenti della psicologia politica. Questi argomenti includono:

¹² Hermann 1986: 3.

¹³ Hermann 1986: 2.

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ Lane 1983, in Hermann 1986: 3.

1. La mancanza o assenza della fertilizzazione tra i network degli psicologi politici;
2. La focalizzazione sulle tematiche individuali a scapito delle tematiche di gruppo;
3. L'assenza dei contesti comparabili nelle discipline in questione;
4. L'assenza di frontiere ben delineate tra la ricerca e l'azione;
5. L'assenza dei professionisti con un curriculum specializzato.

La psicologia politica si occupa di tantissimi temi, per esempio, del comportamento politico, dei mass media, leadership, processo decisionale, conflitti internazionali, conflitti del gruppo, mobilitazione politica, ecc. Però gli specialisti che si occupano ciascuno del proprio argomento raramente si uniscono in un network e condividono i loro risultati. Il primo problema appare quando gli psicologi politici si focalizzano troppo sull'oggetto della loro ricerca, facendo pochissimi sforzi per trovare paralleli anche cross-culturali che collegano il loro studio con quello degli altri studiosi.

L'elettore individuo con le sue caratteristiche domina la ricerca politico-psicologica, essendo unità parte del gruppo come "organizzazione, comunità, associazione, stato o altro tipo di collettività"¹⁶. Invece di perdersi nell'analisi dell'individuo, gli psicologi politici più opportunamente potrebbero elaborare le basi teoriche ed empiriche per l'analisi delle unità sovra-individuali. Il compito del ricercatore, secondo Hermann, consiste in cercare di evitare una semplice estrapolazione delle caratteristiche individuali da quelle del gruppo, dal momento che il gruppo può essere diverso dalle "caratteristiche aggregate dei membri individui"¹⁷. Secondo Hermann, la soluzione a questo rischio sta in una riconsiderazione di tutti i fenomeni politico-psicologici sotto il profilo della relazione tra l'individuo e il gruppo.

Il problema della specificità delle ricerche emerge quando gli psicologi politici cominciano a revisionare i lavori dei loro colleghi e predecessori. Hermann sostiene che è molto più facile "indicare come i fattori del contenuto hanno influenzato la ricerca, invece di discutere sui risultati e le conclusioni stesse"¹⁸. La sfida che gli psicologi politici devono affrontare è l'elaborazione delle categorie operazionali, come, per esempio i contesti comparabili. Considerando la natura multidisciplinare di questa materia, le differenze nelle prospettive dei vari ricercatori, questa sfida può essere vinta solo se gli studiosi capiscono e condividono le idee dei loro colleghi.

Il problema concernente l'assenza delle frontiere tra la ricerca e l'azione è tipico della scienza in generale. La sua specificità nel contesto politico-psicologico sta nel fatto che il ricercatore potrebbe produrre una ricerca parziale che promuove un cambiamento a svantaggio di un gruppo. Questo problema emerge anche per la mancanza di cooperazione e di fertilizzazione tra i *network* degli studiosi ma può essere risolto, evitando il clericalismo.

L'argomento che riguarda l'assenza dei professionisti stretti nell'ambito politico-psicologico è dato dal fatto che la disciplina in questione riunisce le persone con indirizzi di studio diversi: antropologi, storici, studiosi politici, psichiatri, psicologi, sociologi, ecc. Quando queste persone ottengono una posizione accademica, tendono a disegnare un corso che rispecchia i loro interessi specifici da ricercatori, invece di sintetizzare vari argomenti di psicologia politica. Questa situazione porta alla frammentazione della disciplina e alla scomparsa della sua identità scientifica.

¹⁶ Eulau 1968: 209.

¹⁷ Hermann 1986: 5.

¹⁸ Hermann 1986: 6.

Possiamo aggiungere, ritornando alle parole di Aristarchi, che finché questa disciplina non delimiterà l'area della sua ricerca, sarà sempre difficile la presenza della psicologia politica nel curriculum universitario e la selezione dei materiali bibliografici di riferimento.

Aristarchi propone una soluzione a questo problema: "Ipotizzare un modello interpretativo della politica fondato sulla co-presenza di quattro diversi fattori o sub-aree tematiche"¹⁹. Questi fattori sono le norme, il potere, l'unità collettiva e "*l'aspetto progettuale della politica*"²⁰. Per fattore normativo lo studioso intende "le leggi che danno ordine alla convivenza umana"; il fattore potere si riferisce alla leadership e ai rapporti tra i gruppi di maggioranza e minoranza; il fattore del gruppo dovrebbe includere le tematiche relative all'identità del gruppo, e infine, "*l'aspetto progettuale della politica* è "tutto ciò che comprende le speranze, i propositi, i modelli di realizzazione del futuro"²¹.

Dando il giusto peso al tentativo di definire l'oggetto di psicologia politica, non possiamo non constatare una certa fossilizzazione delle conoscenze tradizionali probabilmente derivanti da altre discipline nell'affrontare il compito. Per esempio, l'inclusione del fattore normativo nell'ambito di studio politico-psicologico sembra andare contro le nuovissime ricerche, secondo le quali le norme o le regole sono secondarie nel comportamento degli elettori moderni. Nella letteratura statunitense contemporanea, all'approccio normativo viene contrapposto quello decisionale che considera l'elettore come essere libero di prendere le decisioni e studia non la sua conformità o meno alle norme ma piuttosto il modo in cui queste decisioni vengono prese²².

Alcuni limiti della delineazione dell'ambito di studio politico-psicologico di Aristarchi sono stati superati nel lavoro di Caprara; in particolare, l'autore afferma la centralità della persona in psicologia politica, sia nella sua dimensione dell'elettore, sia in quella del leader. Infatti, Caprara sottolinea la tendenza alla personalizzazione della politica, cioè il privilegiare da parte degli elettori le caratteristiche personali dei politici rispetto ai concreti dati programmatici. Gli argomenti connessi alla personalità in politica sono numerosi e riguardano il comportamento degli elettori, i loro atteggiamenti, le loro emozioni; nonché le tematiche associate alla leadership e al potere.

Comunque sia il disegno dell'area scientifica della psicologia politica, secondo noi, esso dovrebbe prendere in considerazione la storia e gli sviluppi moderni perché ogni periodo storico vanta delle sue problematiche particolari; alcuni di esse vengono rivalutate dai periodi successivi, altre, invece, cadono in oscurità, vista la loro scarsa importanza per i problemi d'attualità. Affrontiamo ora alcuni argomenti storici della psicologia politica. A differenza di Aristarchi che sostiene che la politica psicologica è ancora "troppo giovane per consentire sin d'ora una ricostruzione sistematica del suo iter evolutivo"²³, noi crediamo che sia possibile fare un resoconto di storia politica come disciplina autonoma e lo faremo sull'esempio dei lavori di alcuni autori americani ed italiani (McGuire, 1993; Catellani, 2011; Cavazza, 1996; Di Giovanni, 2007; Villamira, 2007).

¹⁹ Aristarchi 1998: 20.

²⁰ Aristarchi 1998: 23.

²¹ Ibidem.

²² Carlson 2012: 25-37.

²³ Aristarchi 1998: 11.

1.2 Storia e metodi di psicologia politica

William McGuire (1993) presenta al lettore un'analisi generale delle tendenze più importanti della psicologia politica attuale e di quella possibile in futuro. McGuire divide la storia della disciplina in tre maggiori ere, ciascuna delle quali è stata dominata dallo studio di un argomento particolare. Questi periodi temporali sono²⁴:

1. "L'era di personalità e cultura", anni 1940 e 1950;
2. "L'era di atteggiamenti e del comportamento dell'elettore", anni 1960 e 1970;
3. "L'era del cognitivismo politico e delle decisioni", anni 1980 e 1990.

Durante il primo periodo, "l'era di personalità e cultura", la maggior parte del lavoro è stato centrato intorno all'approccio di personalità: gli scienziati cercavano di spiegare il comportamento tramite le indagini sull'infanzia della persona e su altre esperienze. Le teorie dominanti in psicologia politica degli anni 1940 e 1950 erano l'approccio freudiano, il materialismo storico di Marx e il comportamentismo. Il nocciolo che accomunava queste tre teorie era il presupposto che "le esperienze di socializzazione ontogenetica formavano la personalità e il comportamento" (McGuire, 1993, p. 14)²⁵ cioè l'ambiente era il fattore più importante per spiegare le idee e il comportamento del soggetto. Il maggior contributo è stato fornito dagli antropologi e psichiatri. McGuire critica questa era per il suo privilegiare troppo il ruolo dell'ambiente – un atteggiamento che porta al "determinismo ambientale"²⁶. Anche un autore italiano, Marco A. Villamira (2007), critica le prime ricerche politico-psicologiche per la loro ignoranza del ruolo dell'individuo nel controllo sugli effetti persuasivi. Villamira concorda con McGuire sulla natura estrema del comportamentismo che vede il comportamento umano come una catena di stimolo-effetto, analogamente a quello degli animali. I limiti di questo approccio hanno determinato il suo deterioramento.

A differenza di McGuire che unisce l'approccio freudiano e quello comportamentale nella stessa era, Villamira sembra distinguere tra il primo e il secondo, privilegiando il primo. Secondo lui, gli studi successivi hanno riconosciuto il ruolo centrale dell'individuo con le sue caratteristiche e atteggiamenti. Questi studi si basavano sull'approccio psicoanalitico il quale aveva introdotto termini così importanti, come 'simbolo', 'l'inconscio' e 'le associazioni non ristrette'. Secondo questo approccio, l'inserimento di certi stimoli che passano senza essere filtrati dalla parte conscia del cervello durante il discorso, è possibile indurre una certa azione nel soggetto, sostiene Villamira. L'autore si limita solo ad esplicitare la parte teorica dell'approccio psicoanalitico, senza dare le prove sperimentali di come avviene il passaggio dello stimolo filtrato nella mente umana. Un motivo di questo è evidente – l'impossibilità di penetrare la 'scatola nera' per sostenere un'affermazione del genere; l'autore, comunque, critica questo approccio, non perché esso non fornisca spiegazioni attendibili ma perché presta poca attenzione 'alla parte razionale' del cervello umano.

Durante il secondo periodo, negli anni 1960 e 1970, il focus dei ricercatori si sposta dalla personalità politica e dalla psicologia behaviorista agli atteggiamenti politici e al comportamento dell'elettore. Lo spostamento dell'interesse può essere spiegato dalla nuova percezione del potere e

²⁴ McGuire 1993: 14-30.

²⁵ McGuire 1993: 14.

²⁶ McGuire 1993: 14-15.

delle sue origini. McGuire sostiene: “Dopo la guerra del 1939-1945, nei paesi dove la scienza politica fioriva, la fonte del potere arrivava dalle cariche elette, le cariche dai voti e i voti dall’influenza esercitata sugli atteggiamenti del pubblico durante la partecipazione al processo elettivo”²⁷. Il pubblico era percepito come la fonte maggiore del potere che veniva trasmesso ai politici tramite i voti. Gli studiosi di quest’era condividevano il metodo di ricerca che era principalmente il sondaggio. Capire gli atteggiamenti degli elettori e, possibilmente, formarli equivaleva alla vittoria alle elezioni; perciò non è affatto sorprendente che i metodi più in voga durante quest’epoca fossero il sondaggio e l’intervista.

Gli altri punti in comune erano il focus sugli atteggiamenti e, parzialmente, l’interesse per le teorie del marketing come fonte di possibili spiegazioni della formazione e del cambiamento degli atteggiamenti. I pionieri della ricerca istituzionalizzata del processo decisionale degli elettori erano rappresentanti della scuola di Michigan: Campbell, Converse, Miller e Stokes (1960) – i quali, a loro volta, basavano le loro teorie sulle ricerche di Lazarsfeld, Berelson and Gaudet (1948). Il supporto maggiore arrivava dai sociologi e dai teorici della comunicazione. Uno dei più grandi contributi di questo periodo era una massiccia raccolta di informazioni statistiche sugli elettori che potevano essere utilizzate per scoprire e provare diverse teorie sulla ragione del potere o influenza (McGuire (1993) usa questi due termini, potere ed influenza, come intercambiabili). Quando gli sviluppi tecnologici hanno permesso di conservare grandi quantità di dati, gli archivi degli anni 1960 e 1970 sono diventati una ricchissima fonte di riferimento ed aiuto per gli studiosi moderni.

Villamira (2007), invece, sottolinea l’importanza non parziale ma primaria del marketing e pubblicità per la ricerca sui motivi razionali del cambiamento comportamentale. Secondo l’autore, l’approccio cognitivo è emerso alla fine degli anni 1960 proprio grazie alla necessità di comprendere le nuove esigenze nelle grandi masse di consumatori. Questo approccio studiava le caratteristiche cognitive delle persone (consumatori, elettori ecc), inclusi i loro atteggiamenti. Per sottolineare il carattere funzionale e la natura razionale del cambiamento indotto nei soggetti, gli psicologi di marketing hanno cominciato ad usare il termine ‘influenza’. Gli autori che hanno sviluppato successivamente l’idea dell’influenza sono Cialdini (2002), Pirovano (2001) e Di Giovanni (2007). Secondo Di Giovanni, per esempio, l’influenza sociale è la possibilità di modificare i pensieri e/o il comportamento di altre persone intenzionalmente e attraverso l’uso di comunicazione²⁸. Gli altri autori, come Nicoletta Cavazza (1996), per esempio, pensano che le modifiche in questo caso riguardino più gli atteggiamenti che il comportamento²⁹.

Durante l’era della cognizione politica e delle decisioni degli anni 1980 e 1990, la ricerca mira a rintracciare le influenze che possano condizionare il comportamento degli elettori. Alcuni ricercatori, per esempio, Sniderman et al. (1991) arrivano a pensare che alla base del processo cognitivo di votare ci sia l’ideologia. Secondo loro gli elettori pensano attraverso nozioni astratte ideologiche, usandole in modo superficiale. Perciò l’oggetto di ricerca più importante è l’ideologia con la sua struttura e contenuto, nonché l’impatto dell’ideologia sul processo decisionale dei gruppi sociali. La teoria preferita dell’epoca in questione è l’approccio cognitivo – un misto di psicologia e della scienza dell’informazione. Secondo questo approccio, l’individuo assomiglia ad un computer interattivo nel suo modo di processare e salvare le informazioni in memoria. Un altro approccio

²⁷ McGuire 1993: 24.

²⁸ Di Giovanni 2007: 359.

²⁹ Cavazza 1996: 13-16.

diffuso è la teoria decisionale in cui si tratta delle euristiche come meccanismo del recupero delle informazioni e del giudizio (*information retrieval and of judgment*; Axelrod, 1976; Tversky and Kahneman, 1983). Anche le teorie dell'affetto trovano il loro posto nel patrimonio accademico del periodo cognitivo: le emozioni sono considerate una forma dell'intelligenza capace di influenzare la percezione e il processo decisionale.

I metodi di studio in questo periodo variano dalle manipolazioni durante gli esperimenti in laboratorio alla raccolta naturale dei dati. Un altro metodo è la simulazione su computer; esso ha iniziato a diffondersi grazie "alla complessità dei sistemi del riferimento teorico e alla disponibilità delle capacità programmatiche dei ricercatori, a scapito della raccolta dei dati"³⁰.

Nonostante la fine del terzo periodo cognitivo, è ancora prematuro trarre conclusioni finali sui suoi contributi, sostiene McGuire, perché molti degli studi qui intrapresi potrebbero avere un grande impatto sugli studi successivi sia dal punto di vista dei contenuti, sia da quello metodologico. Tra questi studi importanti McGuire indica la ricerca di Philip E. Tetlock (1991) sulla complessità delle retoriche sovietiche e americane e lo studio di Robert Jervis (1976) sull'impatto degli stereotipi e della codifica selettiva delle informazioni sulle relazioni internazionali. Sull'esempio delle ricerche in questione, McGuire distingue due categorie di studi che lui chiama "studi umanistici o ideografici" e "studi scientifici o nomotetici"³¹. Lo studio umanistico è normalmente descrittivo, avente come obiettivo dimostrare come una combinazione dei fattori possa influenzare un caso concreto. Invece, lo studio scientifico mira a generalizzare un campione notevole dei casi per poter comprendere meglio o sviluppare una teoria.

Parlando di una possibile quarta era, McGuire sembra sicuro che il futuro appartenga all'approccio cognitivo, con altri approcci che andranno in secondo piano. Il cambiamento maggiore sarà lo spostamento del focus della ricerca dalle tematiche individualistiche a quelle interpersonali e intergruppo. Se questo dovesse accadere, il contributo maggiore arriverà dagli psicologi che si occupano dello studio delle organizzazioni.

Riassumendo, possiamo dire che le frontiere della nuova disciplina delineate qui debbano essere completate da un resoconto sulla situazione europea nell'ambito della psicologia politica. Lo faremo usando come esempio rappresentativo il libro di Catellani. Quello che possiamo assumere dai lavori di Hermann (1986) e McGuire (1993) è la classificazione delle tematiche di studio e dei metodi secondo quattro periodi storici, nonché i criteri di valutazione delle ricerche politico-psicologiche. Catellani (2011) crea una categorizzazione dei periodi storici simile a quella di McGuire, e questo appare corretto, vista la solidità e coesione intrinseca alla classificazione dell'autore americano, perfettamente adattabile al contesto europeo.

Catellani (2011) suddivide i periodi nella storia della psicologia politica in base ai fattori che, a suo avviso, hanno guidato gli sviluppi della disciplina. Conformemente al principio fattoriale, Catellani contraddistingue tra cinque periodi storici della psicologia politica (Catellani, 2011):

- 1) Anni 1940-1950: fattori di personalità;
- 2) Anni 1960-1970: opinione pubblica e comportamento elettorale;
- 3) Anni 1980: conoscenza politica;
- 4) Anni 1990: motivazioni e fattori psicosociali;

³⁰ McGuire 1993: 31.

³¹ McGuire 1993: 17.

5) Anni 2000: fattori “nascosti”.

Concordemente con McGuire, Catellani considera il primo periodo nella storia della psicologia politica quello dedicato allo studio di personalità nella politica. L'autrice condivide l'idea che l'approccio principale su cui si basavano i primi studi era “offerto dalla teoria psicoanalitica”³². Inoltre, Catellani arricchisce la gamma degli approcci e metodi discussi da McGuire, includendo in questo periodo l'approccio psicobiografico di Lasswell (1948), nonché il modello motivazionale di Maslow (1954). Il primo approccio si dedica allo studio approfondito della personalità del leader, cercando di evidenziare i fattori che gli hanno permesso di arrivare al potere; il secondo approccio, invece, si focalizza sull'analisi dei bisogni delle persone (specificamente, dei “militanti del partito”³³) che li spronano a coinvolgersi in politica. La differenza nel focus dei ricercatori si è tradotta anche nella diversità dei metodi: se l'approccio psicobiografico sfrutta il metodo della ricerca d'archivio per analizzare la personalità dei leader, l'approccio motivazionale si avvale principalmente dell'uso dei questionari per indagare sui motivi degli militanti politici. L'analisi qualitativa dei dati viene effettuata in ambedue i casi.

Come nella descrizione del periodo precedente, Catellani e McGuire partono dalla stessa premessa – lo spostamento del focus dei ricercatori dai fattori delle grandi personalità allo studio dell'opinione pubblica e del comportamento di voto degli elettori comuni. A parte la teoria dell'identificazione di partito di Campbell et al. (1960) menzionato da McGuire, Catellani aggiunge il modello della scelta razionale di Downs (1957) e spiega la contrapposizione tra le due teorie: “Il contrasto ... non potrebbe essere più forte. Mentre questo (il modello dell'identificazione di partito) sostiene che l'elettore basa la sua scelta di voto su attaccamenti e fedeltà radicati nel tempo, il modello della scelta razionale ipotizza che l'elettore rimetta ogni volta in discussione la propria scelta, in modo che questa sia sempre coerente con i suoi obiettivi, principalmente quello di massimizzare il proprio benessere economico”³⁴. Questo contrasto sfuggito alla classificazione di McGuire è importantissimo perché avrà il suo impatto sugli studi dei periodi successivi.

Catellani considera come periodo distinto gli anni 1980, l'epoca in cui “l'attenzione della ricerca si sposta dall'esame degli atteggiamenti e dei comportamenti politici all'esame dei processi di elaborazione delle informazioni a questi soggiacenti”³⁵. Analogamente a McGuire, l'autrice vede come approccio principale in questo periodo quello cognitivo; ma a differenza dell'autore americano che afferma l'influenza delle scienze informatiche sul modello cognitivo, Catellani trova le sue radici nella psicologia sociale: “Dalla psicologia sociale cognitivista la psicologia politica mutua le nozioni acquisite in merito a ciò che avviene nelle diverse fasi di elaborazione delle informazioni, ossia la codifica, l'organizzazione e il recupero”³⁶. Confrontando i risultati delle

³² Catellani 2011: 21.

³³ Catellani 2011: 22.

³⁴ Catellani 2011: 25.

³⁵ Catellani 2011: 25.

³⁶ Ibidem.

ricerche in questo periodo con il periodo precedente, Catellani porta l'attenzione del lettore alla nuova visione dell'opposizione tra la razionalità e l'ignoranza degli elettori. Questa visione consiste in quello che possiamo chiamare un compromesso tra le teorie di Campbell et al. (1960) e Downs (1975) – una razionalità limitata dell'elettore (Simons, 1983). Nell'ambito di questa teoria si sviluppa l'approccio euristico, in cui le euristiche sono viste come strategie che permettono ai soggetti di risparmiare le loro energie mentali durante il voto. Da questo punto di vista, l'uso delle euristiche sembra essere caratteristica dell'elettore razionale; ma la razionalità in questo caso è limitata perché spesso impedisce agli elettori di effettuare scelte di voto di qualità e adatte ai loro interessi reali. Come metodo più diffuso nel periodo cognitivo, Catellani nomina le ricerche empiriche contrapposte ai “modelli idealizzati o semplificati” del comportamento degli elettori (Catellani, 2011, p. 26).

Ci sembra che in base alle differenze tra la periodizzazione storica di McGuire e quella di Catellani si trova il divario degli studiosi sulla questione di quali scienze considerare più importanti per lo sviluppo dell'approccio cognitivo nell'ambito della psicologia politica. Mentre McGuire propende per considerare le scienze informatiche uno dei fondamenti di questo approccio, Catellani, invece, vede le sue radici nella psicologia sociale cognitiva. Conseguentemente, McGuire unisce l'approccio cognitivo e lo studio delle decisioni di voto perché, secondo lui, ambedue queste tematiche fanno appello alle stesse basi e nozioni teoriche – quelle dell'informatica. Infatti, l'autore statunitense sottolinea la visione dell'essere umano come computer interattivo prevalente nel periodo in questione. Catellani, invece, sembra collegare lo sviluppo dell'apparato teorico dell'approccio cognitivo nell'ambito politico alle considerazioni teoriche provenienti dalla psicologia sociale e offre un'immagine diversa – quella dell'uomo come “economizzatore cognitivo”³⁷. Infatti, per quanto riguarda il motivo della suddivisione degli anni 1990 in un periodo separato, l'autrice indica “contemporanei sviluppi più generali nell'ambito della ricerca sulla *social cognition*”, che si traducono nello spostamento del focus d'attenzione dalla mente umana allo “specifico contesto in cui i processi di conoscenza vengono messi in atto”³⁸.

Un'altra diversità tra le classificazioni di McGuire e Catellani riguarda l'inclusione degli approcci basati sul riconoscimento e sulla riabilitazione dell'importanza delle emozioni nel processo decisionale degli elettori (teorie dell'affetto). McGuire colloca le teorie dell'affetto nel bagaglio accademico del periodo cognitivo degli anni 1990: le emozioni sono considerate una forma dell'intelligenza capace di influenzare la percezione e il processo decisionale, come, per esempio, si deduce dalla ricerca sperimentale di Zaller e Feldman (1992). Catellani, invece, distingue tra “il ragionamento motivato” tipico del periodo dei fattori psicosociali, secondo la sua periodizzazione, e “i processi automatici e preconsoci, le emozioni, i loro correlati neurofisiologici” che costituiscono l'oggetto di ricerca degli anni 2000³⁹. Secondo l'autrice, l'essere umano in questo periodo viene visto come “attore attivato” nel senso che gli stimoli di natura sociale attivano in un soggetto una

³⁷ Catellani 2011: 26.

³⁸ Catellani 2011: 27.

³⁹ Catellani 2011: 28.

gamma di fattori “non immediatamente evidenti e visibili, difficili da misurare e classificare”⁴⁰. Questa visione dell’uomo come “attore attivato” si potrebbe accostare bene alla teoria dell’intelligenza affettiva di Marcus et al. (2000) di cui parleremo più diffusamente nel §1.3.5, se l’autrice ammettesse esempi di processi cognitivi più complessi di quello dell’esposizione alle immagini nel suo resoconto dell’attivazione. Come metodo più usato nel periodo moderno, l’autrice cita la risonanza magnetica, ma, visti i limiti di questo metodo riguardo alla misurazione di processi cognitivi complessi quali, per esempio, la decisione di voto e la formazione di giudizio, è forse attribuibile a questo la limitazione della tipologia degli esempi presentati da Catellani. Viste le scelte teorico-metodologiche dell’autrice, sembra forte la sua propensione all’approccio tradizionale razionalista e alla tendenza a considerare come dati scientifici solo le istanze emotive misurabili attraverso metodi d’alta precisione.

Secondo noi, le differenze nella periodizzazione storica di McGuire (1993) e Catellani (2011) sono scelte personali degli autori che dipendono anche dai loro *background* di studio. Possiamo solo dire che esse sono positive perché contribuiscono alla formazione di una visione più completa delle problematiche di ciascun periodo storico, nonché al dialogo tra gli studiosi interessati.

Del lavoro di Catellani abbiamo utilizzato per il nostro esperimento la distinzione tra i fattori (le variabili) che posso influenzare i processi cognitivi complessi in base a “un ruolo di mediazione o di moderazione (...) Una variabile ha un ruolo di mediazione quando spiega parte del legame fra altre due variabili (...) Una variabile ha invece un ruolo di moderazione quando influenza la direzione o la forza del legame fra altre due variabili (...) In sostanza, mentre una variabile mediatrice riguarda come o perché si osservano certi effetti, una variabile moderatrice riguarda quando si osservano quegli effetti”⁴¹.

Nel nostro secondo esperimento per esempio, lo stile cognitivo è un fattore mediatore tra altre due variabili: le conoscenze politiche e il comportamento di voto. Supponiamo che l’appartenenza degli elettori a stili cognitivi diversi ci potrà spiegare almeno in parte un modo diverso di comportarsi politicamente e usare strategie differenziate.

Invece, le conoscenze politiche possedute dagli elettori, sono considerabili come una variabile moderatrice perché da essa dipende il comportamento di voto nella misura in cui gli elettori riusciranno a rintracciare il candidato che corrisponde meglio alle loro esigenze, oppure, avendo scarse conoscenze ed essendo incapaci di rintracciare le incongruenze, voteranno il candidato opposto. Un altro fattore moderatore nel nostro secondo esperimento è la manipolazione delle informazioni contenute nel messaggio da parte dello sperimentatore; questo fattore potrà avere un grande impatto sul comportamento degli elettori.

E’, inoltre, utile per lo sviluppo della psicologia politica europea considerare la differenza tra gli studi umanistici e scientifici, come evidenziata da McGuire. Sarebbe interessante condurre una ricerca che sistematizzasse gli studi europei in questione per vedere quale delle due tradizioni –

⁴⁰ Ibidem.

⁴¹ Catellani 2011: 15.

umanistica o scientifica – è stata prevalente. Quale che fosse la risposta, noi crediamo che ciascuna tradizione sia importante e apporti il suo contributo teorico e pratico alla ricerca politico-psicologica.

E, infine, la revisione panoramica dei metodi di ricerca nei lavori di Hermann e McGuire ci fornisce uno strumento per rivalutare i metodi moderni in quest'ambito specifico. Per esempio, al posto del questionario diffusamente usato "nell'epoca degli atteggiamenti" con un ricercatore che andava ad incontrare i soggetti faccia a faccia, oggi si usa con successo il sondaggio online. Sembra che ora, nei paesi in cui i cittadini hanno senso civico e sensibilità nei confronti della ricerca e delle sue esigenze, il lavoro dell'intervistatore può essere affidato ai nuovi mezzi di comunicazione.

Quello che sembra essere invariabile attraverso tutte le ere è la sfida che il ricercatore deve affrontare quando identifica l'oggetto della sua ricerca e i metodi usati.

1.3 Approcci allo studio del comportamento politico

McGuire distingue tra tre approcci allo studio del comportamento politico delle persone in base al focus e all'interpretazione dell'oggetto di ricerca. Questi approcci sono: approccio euristico, approccio cognitivo e le teorie dell'affetto (*affect theories*). Visto che tutti e tre modelli hanno in comune l'oggetto di ricerca – come le persone formano le loro opinioni politiche – possiamo raggrupparli sotto l'etichetta "modelli della formazione delle opinioni". La differenza tra questi approcci sta nel valore attribuito alla razionalità e alle emozioni durante il processo in questione.

Secondo la classificazione di McGuire, l'approccio euristico rientra nella categoria delle *decision-making theories* perché studia come le persone prendono le decisioni di voto. In particolare, questo approccio si focalizza sulle strategie mentali che gli elettori poco informati cercano di imitare per produrre il voto identico a quello degli elettori ben informati o sofisticati (da qui in avanti il termine "sofisticato" verrà usato nel senso positivo come sinonimo di "intenditore di politica").

L'approccio cognitivo è presentato da due modelli principali: il modello dell'elaborazione online (*the on-line processing theory*) e il modello del campionamento delle credenze (*the belief-sampling theory*). Il modello dell'elaborazione online è situato a metà strada tra cognizione e emozione: esso obietta contro l'effetto della memoria sulla valutazione e sostiene l'idea di superiorità delle emozioni nel processo di valutazione del candidato. Un approccio puramente cognitivo vede il soggetto come un computer che memorizza (immagazzina) le informazioni e le recupera dal cervello durante l'atto di votare. Questo approccio viene rappresentato dalla teoria del campionamento delle credenze introdotta da John Zaller e Stanley Feldman nel 1992. E, infine, abbiamo la teoria dell'intelligenza affettiva, secondo la quale l'emozione specifica – l'ansia – sia caratteristica delle scelte razionali. Queste sono le semplificazioni degli approcci di cui parleremo più diffusamente nelle pagine che seguono.

1.3.1 Modello euristico

Cominceremo con il modello euristico che appartiene al dominio delle teorie decisionali, secondo McGuire (1993) e quello della razionalità limitata, secondo la categorizzazione di Catellani (2011). Questo è il modello più criticato e serve da punto di partenza per altre teorie. Però, nonostante i suoi svantaggi, la teoria euristica può essere considerata un patrimonio della psicologia politica perché ha consentito un feedback amplissimo dalla comunità scientifica.

Il modello euristico cerca di risolvere il paradosso che può essere descritto in questo modo: "Come è possibile che la gente si forma delle opinioni politiche, sapendo e intendendosi così poco di

politica?” La maggior parte dei cittadini sembrano essere mal informati sugli argomenti politici, per esempio, sui candidati alle elezioni presidenziali. La giustificazione che danno alla mancata volontà di ricevere informazioni complete e valide sui candidati è spesso basata sulla scarsa auto-stima che loro attribuiscono al proprio voto individuale. Queste persone pensano: “Se un singolo voto non cambierà nulla, perché dovrei informarmi tanto?” Nonostante questo, si comportano come se non fossero totalmente ignoranti o mal informati. La questione chiave sottostante a questo paradosso è se l’atteggiamento tipicamente indifferente del cittadino medio possa essere pericoloso per il processo decisionale democratico. La ricerca nell’ambito del modello euristico riguarda le origini e la qualità delle opinioni del pubblico. Lo scopo di questo studio è rispondere alla domanda se gli elettori siano capaci di elaborare le opinioni di qualità che permetterebbero loro di scegliere il miglior candidato.

Quasi tutti gli psicologi politici si accordano sul fatto che il livello di consapevolezza politica dei cittadini sia basso. Sniderman sostiene: “L’unica cosa su cui i ricercatori hanno trovato un accordo è che il cittadino medio tende a prestare attenzione occasionale e superficiale alla politica”⁴². Invece ci sono argomentazioni diverse sulla capacità dei cittadini di formare opinioni di qualità. Alcuni studiosi parlano di una totale incapacità degli elettori di farlo, mentre altri sostengono la loro capacità di formare queste opinioni e, conseguentemente, di fare ‘una scelta giusta’. Sniderman e i suoi colleghi appartengono alla seconda categoria di studiosi. La loro argomentazione su come i cittadini formano le opinioni di qualità consiste nello spiegare il modo in cui “le persone manipolano le informazioni da loro possedute per comprendere che cosa debbano sostenere e a che cosa debbano opporsi politicamente”⁴³. Questa spiegazione ha preso forma nel modello euristico della formazione delle opinioni.

Sniderman et al. partono da una visione minimalista sulla consapevolezza politica del pubblico generale: “Le conoscenze politiche del cittadino medio sono minime”⁴⁴. Vista la mancanza di conoscenze politiche, dell’attenzione e dell’interesse per la politica dei cittadini, le loro credenze in quest’ambito sono formate in maniera caotica, non-sistematica e inconsistente. Come sostengono gli studiosi: “Le opinioni dei cittadini perfino sugli argomenti che li riguardano intimamente sono scollegate tra di loro...Le loro reazioni alla politica tendono ad essere capricciose fino al punto che le loro opinioni sullo stesso argomento possano cambiare drasticamente da una campagna elettorale all’altra”⁴⁵.

La visione minimalista ha dato alcuni contributi importanti allo studio del comportamento politico. I minimalisti hanno dimostrato come le persone adoperano un volume molto ristretto di informazioni politiche. Inoltre, hanno fatto vedere com’è superficiale il controllo del pubblico sulle nozioni politiche astratte: le persone conoscono i principi sui quali queste nozioni si basano ma non riescono ad abbinarle ad un argomento concreto tratto dal programma politico del candidato. E, infine, i minimalisti hanno provato che l’elettore medio tende a dare giustificazione delle proprie scelte politiche proprio per nascondere il fatto che non si siano disturbati a formare le opinioni di qualità.

⁴² Sniderman et al. 1991: 15.

⁴³ Sniderman et al. 1991: 19.

⁴⁴ Sniderman et al. 1991: 15.

⁴⁵ Sniderman et al. 1991: 16.

Però, il minimalismo, come altre teorie, ha i suoi svantaggi che vengono discussi da Sniderman e dai suoi collaboratori per poter produrre una teoria risolutiva. Il primo punto debole della teoria minimalista consiste nel fatto che i risultati degli studi minimalisti sembrano sempre confermare le loro ipotesi, ciò fa sospettare dell'errore di ragionamento "circolo vizioso": "L'appropriatezza delle tecniche usate per valutare i fatti dipende dalle assunzioni precedenti su questi fatti...Le assunzioni metodologiche dipendono da quelle ontologiche"⁴⁶. Il secondo errore minimalista sta nel fatto che i valori, la personalità e gli affetti sono esclusi dal sistema delle credenze. Secondo i minimalisti, i sistemi delle credenze consistono "delle opinioni su argomenti concreti" e "delle astrazioni politiche super-ordinate" (*ibidem*). Sniderman obietta a quest'idea, dicendo che i valori e le emozioni, come le caratteristiche personali, possono avere un ruolo importante nella formazione delle credenze. Il terzo (qui ultimo errore) minimalista consiste nell'ignorare un paradosso fondamentale a cui abbiamo accennato prima: "Come è possibile che, date le conoscenze così scarse dei cittadini in ambito politico, loro riescano comunque a comprendere le cose da sostenere e a cui opporsi politicamente?"

Sniderman e i suoi co-autori hanno proposto il modello euristico il quale, secondo loro, può superare gli svantaggi dell'approccio minimalista. La loro visione si differenzia da quella minimalista per il fatto che non cercano di condannare le conoscenze scarse dell'elettore medio ma di spiegare come quest'ultimo possa arrivare alle opinioni razionali, avendo pochissime conoscenze a disposizione. La loro risposta è che gli elettori ricorrono alle euristiche di giudizio per compensare la mancanza di informazioni politiche.

Sniderman et al. arrivano a formulare le seguenti ipotesi:

- 1) I cittadini usano le scorciatoie affettive e cognitive che permettono loro di semplificare la scelta del voto e di formare opinioni razionali;
- 2) Le scorciatoie sono efficaci perché richiedono poche informazioni e generano soluzioni affidabili a problemi complessi;
- 3) Il tipo di scorciatoie usate dalle persone dipende dalla quantità di informazioni che loro possiedono, cioè dalla loro "sofisticazione politica".

Gli autori sollevano una questione importante, cioè quella dell'omogeneità causale, secondo la quale tutte le persone condividono tra loro il modello universale di formazione delle opinioni. Sniderman e colleghi protestano contro questa semplificazione eccessiva e vedono, invece, come loro compito spiegare "le differenze sistematiche nelle regole decisionali che il pubblico adotta durante le loro scelte di voto"⁴⁷. Perciò, il loro obiettivo principale è spiegare le regole euristiche, da un lato, e specificare il tipo di persone che le usano, dall'altro.

Per studiare l'interazione tra euristiche e personalità, Sniderman e co-autori hanno introdotto il termine "sofisticazione politica", sotto il quale intendono "le differenze nel livello di consapevolezza politica dell'elettore le quali hanno un impatto sistematico sul suo ragionamento su questioni politiche" (Sniderman et. Al, 1991, p. 20)⁴⁸. Come indice di sofisticazione politica degli

⁴⁶ Sniderman et al. 1991: 17.

⁴⁷ Sniderman et al. 1991: 19.

⁴⁸ Sniderman et al. 1991: 20: "differences between people in their level of political awareness that systematically affect their reasoning about political choices".

elettori, usano il loro livello d'istruzione, essendo questa la variabile più conveniente perché può essere facilmente misurata e controllata, e anche perché è collegata alla consapevolezza politica e alle informazioni.

Il passo successivo nella loro metodologia è l'introduzione dell'affetto come variabile indipendente posta in interazione con la sofisticazione politica. Secondo questo punto di vista, tutti i ragionamenti sono guidati dall'affetto ma varia il modo in cui le persone con diverso livello d'istruzione lo usano. Secondo gli autori: "Gli elettori più ignoranti e meno sofisticati tendono a appoggiarsi troppo sulle loro emozioni, usandole come stampelle per capire nel modo economico le loro preferenze politiche" (Sniderman et. al., 1991, p. 22)⁴⁹. La metafora "stampelle" è molto significativa perché fa capire il ruolo che il modello euristico ha riservato alle emozioni. Invece, l'uso efficace di euristiche presuppone che uno debba organizzare in modo coerente sia le sue emozioni, sia le credenze politiche. La capacità di farlo è un tratto caratteristico degli elettori sofisticati. Secondo Sniderman et al., essere una persona politicamente sofisticata non significa possedere conoscenze esaustive, ma poter usare ciò di cui si dispone al massimo. Questo presuppone avere le proprie emozioni sotto controllo, come sostiene la teoria classica razionalista.

Gli autori identificano quattro tipi di euristiche o scorciatoie decisionali:

- 1) *likability short cut*;
- 2) *availability shortcut*;
- 3) *desert shortcut*;
- 4) *ideology shortcut*.

La scorciatoia *likability* è applicabile alle situazioni in cui le persone conoscono le loro emozioni riguardo al candidato o al partito in questione. Questa scorciatoia presuppone che l'elettore sia sicuro che il suo partito preferito abbia una posizione che gli è consona. In altre parole, l'elettore pensa che la sua posizione e quella del suo partito preferito siano uguali e perciò vota il suo partito.

La scorciatoia *availability* consiste in affidarsi delle informazioni facilmente accessibili per prendere una decisione di voto. Per esempio, uno potrebbe considerare un candidato onesto se si presume che esso sia stato aggredito 'dai mafiosi' durante la sua campagna elettorale – una scorciatoia adottata da molti elettori bielorusi durante le prime elezioni presidenziali nel 1991 nei confronti del presente presidente Lukascenko.

La scorciatoia *desert* viene attivata nei casi in cui un gruppo o una persona è scelta come capro espiatorio e castigato come responsabile per la situazione disfunzionale. Secondo noi, il termine 'disertare' in questo caso corrisponde a 'togliersi la responsabilità personale' per la situazione difficile.

La scorciatoia ideologica è diversa dagli altri tipi perché coinvolge non soltanto una singola regola del ragionamento ma l'intero processo del prendere decisioni. Possiamo chiamare le euristiche precedenti "tattiche", invece quella ideologica è una "strategia". La scorciatoia ideologica è uno schema politico astratto attraverso il quale avviene l'elaborazione delle informazioni. Le grandi teorie politiche, per esempio, liberalismo, comunismo o autoritarismo, sono tutte scorciatoie ideologiche perché la gente comune le adopera in modo superficiale, avendo scarse o confuse

⁴⁹ Sniderman et al. 1991: 22.

conoscenze delle definizioni astratte (Sniderman et. al. 1991, p. 26)⁵⁰. A livello quotidiano l'uso della scorciatoia ideologica si traduce nella credenza da parte degli elettori che il loro partito preferito supporterà sempre le politiche e gli argomenti tradizionalmente presenti nel suo programma. La realtà, purtroppo, non è così semplice, visto che i partiti formano spesso coalizioni tra di loro e scendono a compromessi con i gruppi d'influenza.

Un altro rappresentante del modello euristico, Arthur Lupia (1994), analizza l'impatto delle scorciatoie sul processo decisionale degli elettori. L'ipotesi sottostante al suo lavoro è la seguente: l'uso delle euristiche informative risparmia tempo e energie e permette di avere informazioni complete su un argomento. Quest'ipotesi sembra essere confermata dalla dimostrazione che gli elettori aventi scarse conoscenze possono emulare il comportamento di quelli con conoscenze enciclopediche e, conseguentemente, possono prendere le stesse decisioni di voto.

Lupia parla di un certo tipo di scorciatoia informativa – *partisan cue*⁵¹ - la quale permette l'elettore di fare una scelta 'giusta' se lui (lei) riesce ad identificare il partito che sostiene l'argomento. L'autore specifica che *partisan cue* non può in nessun modo sostituire le conoscenze enciclopediche riguardo al candidato o all'argomento; è solo una 'condizione' mediante la quale l'elettore può comprendere meglio la situazione politica e, perciò, migliorare la sua decisione. Questa condizione favorevole appare solo quando l'elettore riesce a comprendere correttamente il messaggio del *information provider*, in particolare, le sue preferenze implicite. Nel caso l'elettore non riesca a capire le preferenze di chi fornisce le informazioni, lui (lei) non sarà capace di "superare la sua scarsa informazione ed emulare il comportamento delle persone ben informate"⁵². Perciò, possiamo definire la scorciatoia *partisan cue* come combinazione delle conoscenze sul sostenitore dell'argomento e della percezione corretta delle sue preferenze.

La ricerca di Lupia si occupa di un referendum sulla riforma delle assicurazioni auto, la quale ha coinvolto tre parti interessate: gli assicuratori auto, gli avvocati specializzati nelle cause legate all'assicurazione auto e l'associazione dei consumatori. Sia gli assicuratori, sia gli avvocati vogliono preservare il premio di assicurazione alto perché ambedue ne ricavano profitto. La terza parte, l'associazione dei consumatori, sembra non avere altro interesse che proteggere i diritti dei consumatori. Perciò la proposta dell'associazione sembra essere quella che raccoglierà più voti durante il referendum, una volta che gli attivisti abbiano manifestato agli elettori la loro identità.

Per minimizzare l'effetto del *partisan cue*, gli assicuratori e gli avvocati hanno cercato, fino alla misura consentita dalla legge, di nascondere le loro identità durante la campagna pubblicitaria. Invece di dare un indizio, ciascuno di loro ha presentato la sua proposta con un numero, per esempio, 'proposta 103', sottolineando il suo effetto positivo per il consumatore. Il gruppo pro-consumatore, invece, ha accentuato la sua identità. Il referendum si è concluso con la vittoria attesa dell'associazione dei consumatori, con il 51,1% degli elettori che hanno votato a favore. Però, questa vittoria non può essere considerata una vittoria netta, visto il piccolo divario che c'era tra i vincitori e gli altri gruppi, in cui gli assicuratori hanno raccolto il 46,9% dei voti e gli avvocati – 43,6%.

⁵⁰ Sniderman et al. 1991: 26.

⁵¹ Lupia 1994: 65.

⁵² Lupia 1994: 67.

Secondo Lupia, il risultato del referendum conferma la sua ipotesi sul *partisan cue* che permette agli elettori di fare una scelta ‘giusta’. Sapendo che il gruppo pro-consumatore sta dietro ad una certa proposta, gli elettori la votano. Quello che va verificato a questo punto è il modo in cui il comportamento degli elettori meno informati è diverso da quello dei ben informati e se l’indizio sulla parte possa colmare il divario nelle conoscenze. Abbiamo detto prima che gli elettori possono prendere la decisione giusta se le loro percezioni del candidato (partito) sono corrette. Lupia ammette che è impossibile misurare le percezioni e dice che non c’è bisogno di farlo. Si può verificare la relazione tra le percezioni e la scelta di voto in base alla correlazione “conoscenze-comportamento dell’elettore”. Sotto “conoscenze”, Lupia intende la capacità degli elettori di riconoscere le preferenze del latore delle informazioni. Questa capacità dipende da due variabili: il volume e il tipo di informazioni possedute dai soggetti. Per misurare queste variabili, Lupia ha sviluppato e condotto un sondaggio all’uscita dalle urne in cui hanno partecipato 339 elettori di Los Angeles.

Dopo l’analisi preliminare del sondaggio, Lupia ha diviso i soggetti in tre categorie, secondo il volume e il tipo di informazioni da loro possedute: persone con un alto livello di conoscenze e con conoscenze delle preferenze degli assicuratori; persone con un basso livello delle conoscenze e con conoscenze delle preferenze degli assicuratori; e persone con un basso livello delle conoscenze e senza conoscenze delle preferenze degli assicuratori. Dopo aver confrontato tutti e tre gruppi, l’autore è arrivato alle seguenti conclusioni:

- 1) Le persone con un basso livello di conoscenze che conoscono le preferenze del latore delle informazioni hanno votato in modo identico alle persone con un alto livello di conoscenze;
- 2) Le persone con un basso livello di conoscenze che non conoscono le preferenze degli assicuratori hanno votato in modo contrario ai due gruppi precedenti.

Lupia afferma, per concludere, che la conoscenza delle preferenze del sostenitore gioca un ruolo cruciale nel comportamento degli elettori. Perciò, è importante concentrare lo sforzo (dei giornalisti, studiosi ecc) nel dare al pubblico segnali precisi e accessibili sugli interessi delle parti coinvolte perché questo è “il modo efficace e economico di assicurare che le preferenze dell’elettorato vengano rispecchiate nei risultati delle elezioni”⁵³.

1.3.2 Critica del modello euristico: i modelli simulativi

Secondo noi, ci sono alcune questioni sensibili di carattere etico e scientifico associate al modello euristico. La prima questione concerne la natura delle scorciatoie che è automatica e subconscia. Gli psicologi normalmente considerano il subconscio una fonte inaffidabile delle informazioni che portano le persone a prendere decisioni sbagliate. Invece, nel caso delle scorciatoie informative, il meccanismo subconscio sembra spronare gli elettori a fare ‘una scelta giusta’ perché, secondo gli autori, quando questo meccanismo viene attivato i soggetti si comportano in modo identico alle persone che hanno un alto livello di conoscenze sull’argomento. Questa situazione ci appare paradossale, a meno che non mettiamo in discussione l’affermazione che gli elettori fanno ‘una scelta giusta’.

E’ vero che le scorciatoie informative portano a scelte giuste? Secondo Sniderman e i suoi co-autori, le scorciatoie *likability* e d’accessibilità permettono agli elettori di dedurre la posizione del

⁵³ Lupia 1994: 72.

loro partito preferito in base alla propria posizione. Secondo noi, no. Questo ragionamento, a parte apparire circolare, sembra ignorare le situazioni in cui il partito preferito ha una posizione contraria a quella dell'elettore. Perciò, votando il partito in base alle scorciatoie informative, gli elettori non riusciranno a fare la scelta giusta intesa come quella che corrisponde al meglio ai loro atteggiamenti.

La seconda questione critica verso questo modello è di carattere etico, siccome noi crediamo che l'uso delle scorciatoie informative porti la gente ad avere pregiudizi politici. Gli elettori imparano ad affidarsi a degli stereotipi e a delle credenze che sono inaccurate. Questo modo stereotipico di ragionare è difficilissimo da correggere: se al soggetto vengono date le informazioni corrette, i dati acquisiti prima attraverso le scorciatoie resistono al cambiamento.

Promuovendo la tecnica dell'uso delle scorciatoie informative, gli studiosi stanno sviluppando un comportamento potenzialmente pericoloso, cioè quello di affidarsi a degli argomenti *soft*, per esempio, a degli appelli simbolici, invece che a quelli razionali. Questo porta a un'interpretazione pregiudizievole dei messaggi che consiste nel basare la propria spiegazione della scelta di voto sul latore delle informazioni, invece che sui contenuti.

Alcune ricerche empiriche hanno messo in forte discussione l'usabilità delle euristiche cognitive come strategia che permette agli elettori ignoranti di votare come se fossero ben informati.

Il primo esempio di questo scetticismo arriva da Larry Bartels che attacca subito l'elettore americano con il suo 'vero problema': "L'elettore americano è famoso per la sua ignoranza...Nonostante ciò, gli studiosi politici hanno fatto pochissimo sforzo empirico per indagare sulle conseguenze di quest'ignoranza"⁵⁴. L'accento in questa frase viene messo sulla parola "empirico", il che può essere interpretato come critica nei confronti dei ricercatori che hanno introdotto il concetto di euristiche cognitive, che permettono alle persone ignoranti di votare come se fossero ben informate, senza preoccuparsi dello studio delle strategie alternative in modo sperimentale. Quello che è stato fatto in passato è lo studio del processo informativo che avviene nella "scatola nera" del cervello umano e l'estrapolazione dei risultati da un individuo al gruppo. Bartels vorrebbe colmare il divario nella ricerca sperimentale, creando un modello che possa simulare il comportamento degli elettori aventi le informazioni più complete e paragonare le loro scelte a quelle effettivamente fatte dagli elettori reali.

Prima di affrontare il suo esperimento, Bartels discute i cambiamenti più importanti nella ricerca dedicata all'ignoranza degli elettori e arriva a dire che nell'arco di 50 anni è cambiato poco. Quando Lazarsfeld propose "lo standard classico della cittadinanza democratica"⁵⁵ negli anni 1940, era quasi impossibile trovare un cittadino che corrispondesse ai requisiti così alti. Nel momento della stesura della sua ricerca, anni 1990, Bartels afferma che lo standard democratico sia sempre irraggiungibile dal pubblico generale. Nonostante ciò, paradossalmente, i ricercatori moderni parlano dell'elettore razionale e ragionevole, creando in questo modo un quadro ottimistico dell'elettorato generale.

Il motivo per cui è stato creato questo paradosso sta nello spostamento del focus dei ricercatori "dai livelli di informazione alle caratteristiche individuali e del gruppo dell'elaborazione dei dati"⁵⁶, da

⁵⁴ Bartels 1996: 194-195.

⁵⁵ Bartels 1996: 197.

⁵⁶ Bartels 1996: 197.

un lato, e dal fatto che il concetto di razionalità ha subito dei cambiamenti. Secondo la visione moderna, l'elettore razionale e ragionevole non è quello che possiede le informazioni complete su un argomento ma che è capace di usare pezzi d'informazione a sua disposizione per "mimare le scelte dei cittadini completamente informati"⁵⁷.

Bartels mette in discussione il concetto moderno dell'elettore razionale, criticando l'idea che le euristiche cognitive permettano agli elettori di votare come se fossero completamente informati. Le critiche più accese di Bartels sono provocate dalle affermazioni estreme dell'approccio euristico, per esempio: "Gli indizi (*cues*) possono fornire tutte le informazioni necessarie per scegliere il candidato preferito"⁵⁸. Però, è abbastanza difficile dimostrare in maniera empirica che le scorciatoie funzionano efficientemente. Perciò, il problema sottostante all'assenza di ricerche empiriche nell'approccio euristico è l'accettazione *a priori* dell'idea sull'efficacia del sistema democratico che si basa sul voto della maggioranza. Se il sistema è efficace e razionale, allora lo sono anche gli elettori che l'hanno creato; quindi non c'è bisogno di provare l'opposto.

Un'altra idea dell'approccio euristico criticata da Bartels è che la probabilità che la massa aggregata degli elettori arrivi alla 'decisione giusta' sia più alta rispetto a quella dell'elettore individuale. Quest'idea deriva dal teorema di giuria (*jury theorem*) di Marquis de Condorcet (1785), che è stato usato da tanti ricercatori, per esempio, Miller, Wittman e Converse. Il presupposto più importante di questo teorema è che se un elettore fallisce nell'arrivare alla decisione giusta, gli altri cittadini correggeranno il suo errore, prendendo la decisione opposta. Questo teorema, però, non considera la possibilità che gli altri elettori vengano influenzati dalla retorica, come il loro compagno che ha fallito, e non ci sarà *zero sum game* o guadagno positivo a favore del candidato giusto.

Fedele al postulato di Kuhn, Bartels adotta la visione opposta alla sua e crea un modello che possa provare l'ipotesi che le scorciatoie informatiche portano alle scelte consapevoli nell'elettorato reale. All'inizio del suo esperimento, lo studioso fa appello alle ricerche precedenti che paragonano il risultato reale delle elezioni con quello ipotetico basato sulle "preferenze completamente informate" ottenute dai sondaggi di massa⁵⁹. Bartels ipotizza che il divario nei comportamenti dell'elettorato reale e quello ipotetico sia insignificante, visto che i primi usano le euristiche che permettono loro di votare come se avessero conoscenze complete. Per facilitare la prova dell'ipotesi, l'autore sceglie le elezioni presidenziali perché sono quelle che ricevono più copertura dai mass media e perciò si aspetta che i soggetti siano più informati a tal proposito.

Bartels fa una piccola parentesi, ammettendo che non si dovrebbe generalizzare l'elettorato in base all'esposizione ai mass media. Alcune ricerche hanno provato che gli elettori con un alto livello di informazione e quelli con il livello basso si interessano di diversi argomenti delle campagne elettorali, diventando così due poli opposti. Questo va contro l'idea del modello euristico secondo il quale gli elettori meno informati votano come se fossero ben informati, grazie agli indizi forniti dagli *opinion leaders*.

Inoltre, è stato trovato che il modo in cui gli elettori mal informati e quelli informati bene processano le informazioni è diverso. I soggetti ben informati o politicamente sofisticati tendono ad

⁵⁷ Ibidem.

⁵⁸ McKelvey e Ordeshook 1986 in Bartels 1996: 198.

⁵⁹ Bartels 1996: 200.

elaborare le informazioni in modo *online* (McGraw e Pinney, 1991) e sono meno sensibili alle variazioni nel format delle discussioni politiche (Rahn, Aldrich, e Borgida, 1994) o *response effects* (Zaller e Feldman, 1992, ved.§1.3.4). Perciò l'equiparazione nel comportamento tra gli elettori sofisticati e quelli ignoranti deve essere provata in maniera più convincente di quella dell'approccio euristico.

Bartels propone il suo approccio che consiste nel simulare il comportamento dell'elettorato completamente informato e paragonarlo a quello degli elettori reali. Il primo passo è identificare i criteri secondo i quali l'elettorato viene considerato sofisticato. Bartels usa il *rating* degli intervistatori come riassunto dell'informazione generale politica dei rispondenti. "I rispondenti con i livelli molto alti dell'informazione si presuppone si comportino come elettori ipotetici completamente informati" (Bartels, p. 204)⁶⁰.

Il secondo passo è paragonare il comportamento di ciascun elettore reale a quello dell'elettore ben informato che ha le stesse caratteristiche socio-demografiche, per esempio, età, sesso, livello di istruzione, reddito, razza, stato familiare, religione. Questo viene fatto per verificare la sua ipotesi contro-euristica, secondo cui è il livello di informazione che spiega le differenze nel voto e non altri fattori o caratteristiche stabili. Secondo la sua ipotesi, se le caratteristiche socio-demografiche sono identiche e il voto è diverso, allora sono le informazioni che spiegano questa differenza.

L'oggetto di analisi di Bartels sono sei elezioni presidenziali che hanno avuto luogo negli Stati Uniti d'America dal 1972 al 1988. I primi risultati della simulazione confermano che:

- a) Gli elettori mal informati votano diversamente da quelli ben informati;
- b) L'effetto di informazione arriva a livelli statisticamente significativi

Nel suo modello di simulazione, Bartels riesce a cogliere i casi in cui la mancanza delle informazioni politiche è più determinante per la scelta del voto delle caratteristiche socio-demografiche. L'autore crea quattro tabelle che forniscono le informazioni grafiche dell'effetto dell'informazione su quattro categorie demografiche diverse: le donne, le persone Afro-Americane, i protestanti e i cattolici. Alcune delle conclusioni a cui arriva dopo quest'analisi sono davvero sorprendenti, per esempio: le donne informate meglio sono più propense a votare il Partito Democratico, a differenza delle loro 'sorelle' mal informate.

L'autore non ha riscontrato differenze nel comportamento elettorale delle donne e degli uomini mal informati: "Il *gender gap* di cui gli osservatori politici parlano diffusamente durante le campagne elettorali, benché abbastanza presente nel pubblico ben informato, scompare totalmente nel gruppo dei soggetti informati male"⁶¹.

Però, ci sono alcune caratteristiche sociali che condizionano il comportamento degli elettori, indipendentemente dal loro livello di informazione politica. Queste caratteristiche sono il reddito e la razza. Per esempio, "gli elettori con reddito alto hanno consistentemente votato il partito Repubblicano, a differenza degli elettori con reddito basso"⁶²; questo accade sia nel gruppo degli elettori ben informati, sia in quello dei non-informati.

⁶⁰ Bartels 1996: 204.

⁶¹ Bartels 1996: 211.

⁶² Bartels 1996: 214.

Bartels offre tre possibili spiegazioni di questo fenomeno. La prima è la differenza tra gli argomenti *hard* e quelli *soft*: gli argomenti *soft* sono quelli che fanno appello ai simboli come reddito e razza e perciò inducono le persone appartenenti alle categorie corrispondenti a votarli.

La seconda spiegazione è che i soggetti appartenenti a certi ceti sociali condividono identità basate sul reddito e sulla razza; perciò le comunicazioni che fanno appello a queste identità sono più facili da trasmettere e da far arrivare ai destinatari, anche quelli con un basso livello di informazione. E, infine, la terza spiegazione è la tradizione politico-retorica (americana) che ‘prescrive’ ai partiti di avere una posizione fissa su certi argomenti e condiziona le scelte analogamente all’effetto del *partisan cue*. Però, Bartels nota che gli elettori più informati e quelli mal informati reagiscono diversamente agli stimoli basati sul reddito e sulla razza, ricavandone conclusioni diverse.

Il modello di simulazione di Bartels sembra aver messo in forte discussione la visione euristica e aver provato l’effetto di informazione, riuscendo a dimostrare che:

- 1) Ben il 10% degli elettori avrebbero votato il presidente diverso in tutte le sei elezioni, se fossero stati completamente informati;
- 2) Il presidente in carica avrebbe perso il 2% e i Democratici avrebbero perso il 5%, se tutti gli elettori fossero stati informati meglio. Il motivo di questa situazione sta nel fatto che i presidenti in carica tendono a ricevere più attenzione dai mass media, e gli elettori mal informati li conoscono meglio, e li votano;
- 3) Le differenze nel comportamento generale di ambedue gruppi degli elettori è minore rispetto a quelle nel comportamento individuale (abbiamo riscontrato la stessa cosa nella nostra analisi di stili). Questo prova l’ipotesi che ‘il teorema della giuria’ funziona.

Uno dei punti forti della ricerca di Bartels è che lui fornisce le prove dell’importanza di avere cittadini informati per creare un processo decisionale democratico. Quando l’autore esplicita le differenze tra gli elettori ben informati e quelli mal informati, si vede che il risultato delle elezioni sarebbe stato diverso e di qualità migliore di quella ottenuta dalla maggioranza ignorante (abbiamo riscontrato un risultato simile durante il nostro esperimento). Perciò l’accesso alle informazioni deve essere una condizione primaria nell’ambiente politico di uno stato democratico, visto l’impatto dell’effetto informativo sul comportamento del voto paragonabile a quello dei fattori socio-demografici.

Come limite della sua ricerca, Bartels ammette di aver studiato gli effetti dell’informazione nel formato ristretto, cioè quello della dipendenza del comportamento dell’elettore dai fattori socio-demografici. L’autore non amplia il suo paragone per includere i fattori più grandi, per esempio, gli stili cognitivi.

Un altro autore che usa il metodo di simulazione contro l’approccio euristico è Scott L. Althaus (1998). Come Bartels, Althaus si esprime in modo fortemente negativo sull’argomento della qualità dell’opinione del pubblico generale. Lo studioso respinge l’idea che le euristiche cognitive o la scelta collettiva possano portare agli stessi risultati delle elezioni come le informazioni complete.

L’oggetto di ricerca di Althaus sono i sondaggi perché gli elettori li usano spesso come scorciatoie cognitive per decidere il loro voto. L’autore indica alcuni svantaggi dei sondaggi, il primo è la rappresentanza parziale della società. Di solito i sondaggi (e anche *deliberative polls*) rappresentano i soggetti che sono abbastanza informati e che vogliono esprimere le loro opinioni. Il profilo dell’elettore sovra-rappresentato è il seguente: “bianco, uomo, laureato al college, relativamente

benestante”⁶³. A questo pubblico viene contrapposto il profilo dell’elettore sotto-rappresentato: “Afro-Americano, donna, non-diplomato, poco informato su politica, relativamente povero” che tende a dare le risposte tipo: “Non lo so” o “Non ho un’idea”. Questo significa che i sondaggi riflettono le esigenze e i valori delle persone di razza bianca più che di quelle di colore, dei ricchi più che dei poveri. Siccome non esiste un meccanismo efficace per compensare questo sbilanciamento, i risultati dei sondaggi devono essere trattati con cautela e una certa dose di scetticismo (Corbetta e Gasperoni, 2007).

Il problema dei sondaggi come strumento della misurazione delle preferenze collettive deve essere risolto perché serve a confermare l’idea che l’aggregato sia più capace dell’individuo di prendere una decisione razionale (teorema di giuria). Una delle soluzioni potrebbe essere l’esclusione dei soggetti mal informati dai sondaggi ma, vista la sua natura non-democratica, Althaus scarta questa tecnica. Un’altra soluzione potrebbe essere organizzare una discussione tra i soggetti aventi i diversi livelli di informatizzazione politica – la tecnica chiamata “votazione deliberativa” (*deliberative polling*). Purtroppo, neanche questa via sperimentale è capace di dedurre le preferenze collettive, il suo unico scopo essendo quello di aiutare i soggetti mal informati a raccogliere informazioni sull’argomento. La tecnica del *deliberative polling* non può equipaggiare gli elettori con un basso livello di conoscenze con “gli stili cognitivi e le strategie di elaborazione delle informazioni possedute dalle persone politicamente sofisticate”⁶⁴.

Althaus propone un metodo alternativo per identificare le preferenze collettive di spicco. I pionieri di questo approccio, Bartels (1996) e Michael X. Delli Carpini (1996), hanno usato (indipendentemente l’uno dall’altro) le regressioni multivariate per simulare che le scelte individuali potrebbero cambiare se gli elettori fossero informati meglio sulla politica. Il metodo consiste in attribuire i valori delle persone più informate in un dato gruppo demografico a tutti i membri di questo gruppo, “considerando simultaneamente l’impatto delle variabili demografiche”⁶⁵.

A differenza degli autori precedenti, Althaus include l’identificazione con il partito alla pari con altre variabili demografiche nel suo modello di simulazione. Lo spiega così: “Essere sostenitore di un partito è una caratteristica relativamente stabile, simile alle variabili demografiche; in più, il *partisan cue* è una scorciatoia diffusamente usata per decidere la propria posizione sull’argomento. La sua esclusione dall’analisi potrebbe esagerare l’importanza delle informazioni d’attualità per decidere il voto”⁶⁶. Da questa spiegazione possiamo dedurre che Althaus ammette alcune idee dell’approccio euristico, in particolare, l’uso delle scorciatoie da parte degli elettori; però il suo obiettivo non consiste nel negare questo uso ma nello spiegare che esso non può risultare nelle scelte illuminate, nonché nel disapprovare l’affidabilità del teorema di giuria.

Nella sua simulazione Althaus parte dal presupposto che tutti i soggetti hanno “le strategie dell’elaborazione dei dati delle persone ben informate”⁶⁷. Prendendo come esempio la domanda del

⁶³ Althaus 1998: 546.

⁶⁴ Althaus 1998: 547.

⁶⁵ Althaus 1998: 548.

⁶⁶ Althaus 1998: 548-549.

⁶⁷ Althaus 1998: 549.

sondaggio: “Voterebbe pro o contro la legge, secondo la quale una donna sposata debba avvertire suo marito prima di sottoporsi all’aborto?”, Althaus ha trovato che, se tutti gli elettori fossero informati bene, gli uomini avrebbero votato pro e le donne contro il progetto di legge. L’autore si avvale di questo dato per supportare la sua idea precedente sullo sbilanciamento nelle rappresentazioni delle diverse categorie demografiche e sociali nei sondaggi. In questo caso, la risposta attuale al sondaggio è stata a favore dei bisogni dominanti maschili mentre quelli femminili sono stati repressi. Althaus conclude dicendo che l’effetto dell’informazione può produrre un cambiamento uguale “ai sette punti percentuali e rivela che le preferenze collettive in uno su cinque argomenti sarebbero state diverse se tutti gli elettori avessero lo stesso livello di informazione politica”⁶⁸.

La ricerca di Althaus ha dimostrato che i sondaggi non possono essere utilizzati come scorciatoie perché non riescono a riflettere le preferenze illuminate del pubblico. Un ottimista potrebbe obiettare dicendo che se in quattro su cinque argomenti il risultato è rimasto invariato, allora le scorciatoie e l’aggregazione di massa possono compensare l’assenza delle conoscenze politiche. Però, dal punto di vista di Althaus, lo sbilanciamento informativo rimane comunque pericoloso perché colpisce le categorie più svantaggiate, come le donne, gli Afro-Americani e i poveri, per i quali vincere di sette punti si tradurrebbe in capacità di rappresentare i loro bisogni altrimenti repressi.

Quello che possiamo portare della ricerca di Althaus nel nostro lavoro è soprattutto l’idea sull’importanza dello stile cognitivo di cui l’autore parla in generale, descrivendo la categoria dei cittadini completamente informati. Inoltre, nella sua ricerca Althaus presenta una panoramica delle tecniche allo studio della formazione delle opinioni di cui abbiamo particolarmente gradito l’accorgimento sull’uso della risposta riassuntiva dei soggetti come estensione importante delle loro preferenze politiche.

1.3.3 Il modello online della formazione delle opinioni

Un altro modello della formazione delle opinioni e del processo decisionale è il modello online (*online processing model*, OL) elaborato da Lodge, Steenbergen e Brau (1995). Secondo questo modello, ogni messaggio politico contiene “un valore affettivo” in base al quale l’elettore forma l’impressione sul latore delle informazioni. Questo valore affettivo viene “integrato nel giudizio e la decisione del voto”⁶⁹. Per esempio, quando l’elettore dice che gli (le) piace il candidato e si trova in difficoltà a spiegare il perché oppure lo spiega attraverso frasi del senso comune invece che con riferimenti al programma specifico, egli integra il valore affettivo nel giudizio del voto. Gli autori sostengono, con riferimento alla ricerca sperimentale, che quando i soggetti vengono interpellati sui motivi per cui hanno votato questo o quell’altro candidato, danno le loro impressioni generali sui candidati invece che le considerazioni pertinenti sui fatti esposti nei programmi.

Il modello OL considera l’intelligenza emotiva una parte essenziale del processo della formazione delle opinioni politiche. Però, invece di occuparsi delle emozioni direttamente, questo modello studia il processo di valutazione. Secondo esso, la valutazione delle informazioni avviene in base alla simpatia (*likability*) verso il latore delle informazioni e non in base alle informazioni ricordate. In questo modo, il modello online si oppone alla teoria classica la quale attribuisce il ruolo cruciale nella valutazione alla memoria.

⁶⁸ Althaus 1998: 553.

⁶⁹ Lodge et al. 1995: 311.

Considerando gli ultimi sviluppi sperimentali nell'ambito della psicologia politica, Lodge e i suoi colleghi conducono un esperimento che è molto diverso dai tradizionali esperimenti basati sulla memoria. Il loro obiettivo non è “misurare il cittadino in base a quello che può ricordare dalla campagna elettorale”, ma di chiedersi “se il cittadino integra le informazioni elettorali nel suo giudizio e nella sua scelta di voto”⁷⁰. L'idea centrale sottostante a questo esperimento è il concetto di responsabilità dell'elettore che viene considerata come segno di essere stato informato, anche se lui (lei) non riesce a ricordare il contenuto del messaggio elettorale.

La responsabilità come caratteristica dell'elettore informato è misurata attraverso la sua capacità di formare un giudizio in base agli stimoli percepiti, di aggiornarlo integrando nuove informazioni e, infine, di usarlo nel processo decisionale. Come possiamo vedere, le strategie attribuite agli elettori sono tipiche delle persone che lavorano con il materiale online – da qui deriva il nome del presente modello.

L'esperimento di Lodge et al. è stato disegnato per mettere in discussione il modello tradizionale basato sulla memoria, secondo cui “la relazione va normalmente dal messaggio alla rievocazione (*recall*) e alla valutazione”⁷¹. Secondo gli autori, il modello più appropriato è questo: il messaggio – (elaborazione online) – valutazione.

La sfida che gli sperimentatori hanno dovuto affrontare nel loro esperimento è stato il controllo dell'esposizione dei cittadini alle informazioni durante lunghi periodi del tempo. Nel passato, è stato difficile controllare questa variabile, nonché riunire gli stessi soggetti per la seconda fase dell'esperimento dopo un lungo periodo di tempo. Per risolvere questo problema, Lodge e i collaboratori creano i profili di due candidati fittizi e li presentano ai rispondenti. Questo permette di limitare l'esposizione al messaggio soltanto al periodo temporale dell'esperimento: dopo le persone non potranno accedere a queste informazioni.

Il secondo passo è stato dividere i soggetti in due gruppi: il primo gruppo ha partecipato soltanto nella prima parte dell'esperimento mentre il secondo ha partecipato anche alla fase dell'esperimento – quella posticipata – per permettere agli sperimentatori di trovare un link tra il messaggio e la valutazione, controllando l'effetto della memoria.

Il numero dei partecipanti all'esperimento ammonta ai 356; sono adulti che non studiano all'università. L'esperimento stesso ha una struttura abbastanza complessa e consiste di tre tappe. La prima tappa consiste di cinque procedimenti:

- a) Attestazione delle credenze e preferenze dei soggetti durante la quale gli elettori devono leggere e valutare le posizioni dei candidati su diversi argomenti politici;
- b) Attestazione degli atteggiamenti, in cui le persone devono indicare i loro atteggiamenti verso vari argomenti politici, es., aborto. Lo scopo di questo compito è deviare l'attenzione dei soggetti dai profili dei candidati letti precedentemente;
- c) Esposizione al messaggio, durante la quale i soggetti devono leggere i programmi dei candidati fittizi in cui i ruoli tradizionali dei Repubblicani e Democratici sono stati mischiati (*blurred*). Lo scopo di questo compito è impedire ai soggetti di produrre una valutazione stereotipata delle informazioni, nonché di attivare il meccanismo del *partisan cue* che in

⁷⁰ Ibidem.

⁷¹ Lodge et al. 1995: 311.

questo caso viene collegato al ricordo della posizione del candidato del loro partito preferito e di votarlo di seguito;

- d) Elaborazione profonda delle informazioni, durante la quale la metà dei rispondenti viene ringraziata e salutata mentre all'altra metà viene dato un altro compito. Devono rispondere a più di 50 domande relative ai candidati e sceglierne uno preferito. Lo scopo di questo compito è aumentare il livello dell'elaborazione delle informazioni (*information processing*), ciò dovrebbe avere un effetto positivo sulla rievocazione del messaggio (*message recall*).

La seconda tappa dell'esperimento chiamata "Posticipo" (*delay*) prevede che i partecipanti all'esperimento siano contattati dopo intervalli del tempo diversi che variano da uno a 31 giorni: ad ogni persona l'intervallo è stato assegnato a caso. I soggetti hanno lasciato i loro numeri telefonici e sono stati contattati conseguentemente. Però, ammettono gli sperimentatori, gli intervalli assegnati non sono stati sempre rispettati perché era più facile trovare le persone presso le loro abitazioni nei weekend che nei giorni lavorativi.

La terza tappa dell'esperimento si chiama "Rievocazione del soggetto e la sua valutazione del candidato" e presuppone che i soggetti valutino i candidati su una scala di cinque punti che varia da "molto positivo" a "molto negativo". Lo scopo di questa tappa è paragonare le valutazioni delle persone che hanno partecipato solo alla versione breve dell'esperimento e quelle dei soggetti che si sono impegnati nell'elaborazione profonda delle informazioni. L'ipotesi di Lodge et al. è che gli ultimi saranno più bravi a ricordare i profili dei candidati e che il motivo per cui il candidato è piaciuto sarà connesso al suo programma.

I primi risultati dell'esperimento confermano che i soggetti hanno dimenticato molto: "Il numero modale del ricordo del riassunto degli argomenti era uguale a zero...Il ricordo dei dettagli era ancora inferiore, con quasi 80% dei soggetti che non riuscivano a ricordare nemmeno un dettaglio dal programma dei candidati"⁷².

I fattori che hanno avuto impatto positivo sul ricordo sono sofisticazione politica e livello profondo dell'elaborazione delle informazioni (un altro fattore era l'età ma il suo impatto è stato insignificante). Il gruppo che ha dovuto rispondere alle domande dopo l'esposizione al messaggio poteva ricordare meglio di che cosa si trattava nei programmi. Però, per quanto riguarda il ricordo dei specifici dettagli, gli sperimentatori non hanno trovato nessuna correlazione tra l'elaborazione profonda dei dati e il ricordo.

La correlazione tra sofisticazione politica e il ricordo è stata confermata, siccome "i soggetti aventi un livello medio o alto di conoscenze hanno mostrato il numero doppio di ricordi in paragone ai soggetti che avevano il livello basso di conoscenze"⁷³. Perciò, concludono gli sperimentatori, l'effetto della sofisticazione politica è simile nella sua ampiezza a quello dell'elaborazione profonda delle informazioni.

Lodge e i suoi colleghi confermano il decremento generale della memoria delle informazioni elettorali, anche sotto le condizioni favorevoli, come un alto livello di sofisticazione politica e l'elaborazione profonda dei dati. Non solo "il ricordo dei messaggi elettorali sbiadisce ma questo

⁷² Lodge et al. 1995: 314-315.

⁷³ Lodge et al. 1995: 315.

avviene in fretta, essendo la vita media del messaggio una settimana”⁷⁴. Alla luce di questi nuovi dati, il valore del modello tradizionale del comportamento degli elettori “messaggio – ricordo – valutazione” potrebbe essere rivalutato.

A questo punto gli autori devono provare il vantaggio del loro modello online per la comprensione del comportamento degli elettori. Devono affrontare un’altra sfida, quella di penetrare ‘la scatola nera’ del cervello umano, che hanno metaforicamente chiamato il “televisore online”. Vista l’impossibilità di quest’impresa, i ricercatori usano “il ricordo della valutazione dei candidati”⁷⁵ in qualità di simulazione della ‘scatola nera’. Lodge e i suoi colleghi hanno chiesto ai soggetti se ricordavano il candidato che è piaciuto loro di più. La maggior parte dei soggetti sono riusciti a ricordarlo. Perciò, affermano gli sperimentatori, “mentre il ricordo dei punti programmatici declina gradualmente fino ad un livello bassissimo, il ricordo dell’impressione generale del candidato rimane notevolmente robusta e stabile nel tempo”⁷⁶.

Il passo ulteriore e ultimo della ricerca in questione è trovare una correlazione tra la valutazione del candidato e la valutazione del messaggio. Gli autori hanno due ipotesi da verificare:

- 1) Se il messaggio influenza la valutazione del candidato, allora sarà possibile affermare che ai soggetti piace il candidato in base alle loro simpatie verso il messaggio, indipendentemente dal fatto che lo possano ricordare o no.
- 2) Se è vero l’opposto, cioè che il messaggio non influenza la valutazione del candidato, allora “gli elettori non hanno responsività alla campagna elettorale” e perciò, possiamo aggiungere, non integrano la loro valutazione affettiva nella scelta di voto. In questo modo, la qualità delle decisioni dei cittadini, essendo privata della componente dell’intelligenza affettiva, lascia molto a desiderare.

Le prime analisi statistiche mostrano che avere simpatia per il messaggio del candidato è più importante per la valutazione del candidato stesso che per il ricordo: “Il messaggio serve non solo per predire la valutazione del candidato ma anche per influenzarla, al punto tale che il suo effetto può competere con l’effetto di identificazione con il partito”⁷⁷.

Secondo gli studiosi, il messaggio ha avuto un impatto così importante perché il profilo dei candidati è stato manipolato per ridurre gli stereotipi tipicamente associati ai partiti. La manipolazione ha acceso un allarme in alcune persone e le ha fatte diventare più attente e diffidenti nei confronti del *partisan cue*. Dal punto di vista del modello online, questo significa che gli elettori sono stati attivi durante la valutazione dei candidati e hanno integrato i nuovi segnali nel loro giudizio.

Lodge e i suoi colleghi non sembrano troppo categorici nell’affermare la superiorità del modello online rispetto a quello tradizionale. Il loro obiettivo è espandere le frontiere delle teorie scientifiche in cui da tempo è radicata l’idea che la memoria sia la cosa più importante nel processo

⁷⁴ Ibidem.

⁷⁵ Lodge et al. 1995: 316.

⁷⁶ Ibidem.

⁷⁷ Lodge et al. 1995: 317.

decisionale degli elettori. Gli autori dicono che avere conoscenze politiche è soltanto una delle capacità di un bravo cittadino. Un'altra cosa importante è la capacità di integrare le nuove informazioni e di aggiornare la propria valutazione in base ad esse. Perciò come obiettivo della loro ricerca successiva gli autori vedono la risposta alla domanda: "Quali regole di integrazione informativa gli elettori usano per aggiornare i loro 'televisioni interattivi'?"

1.3.4 Il modello del campionamento delle credenze (*belief-sampling model*)

Il terzo modello della formazione delle opinioni degli elettori è presentato da John Zaller e Stanley Feldman (1992) ed è chiamato 'il modello del campionamento delle credenze'. Gli autori considerano l'assenza di stabilità nelle risposte ai sondaggi come spunto della loro indagine sul comportamento degli elettori. Il problema consiste nel fatto che gli stessi soggetti quando sono stati interpellati sugli stessi argomenti dopo un intervallo di sei mesi hanno fornito risposte diverse. Gli autori sottolineano particolarmente i casi in cui i rispondenti hanno cambiato le loro posizioni per quelle diametralmente opposte, mostrando in questo modo un alto livello d'instabilità.

Il problema dell'instabilità delle opinioni è stato già affrontato in passato nell'ambito dell'approccio che Zaller and Feldman identificano come "estremo" o "bianco-nero". Secondo questo approccio, alcuni soggetti non possiedono atteggiamenti verso gli argomenti sui quali sono intervistati. Le risposte di queste 'pecore nere' sono altamente volubili e inaffidabili e perciò devono essere escluse dai risultati dei sondaggi.

Un altro approccio per spiegare e/o risolvere il problema d'instabilità è stato proposto dagli statistici. Esso sembra essere meno radicale rispetto al primo perché presuppone che l'instabilità e le incongruenze tra i sondaggi possano essere ridotte se gli studiosi ammettono di aver commesso "un errore di misurazione" e cercano di correggerlo. In altre parole, gli statistici consideravano l'instabilità un risultato delle tecniche inadeguate di misurazione.

Zaller e Feldman si trovano in disaccordo con ambedue soluzioni al problema d'instabilità. Si chiedono giustamente: "Come è possibile che i soggetti facciano scelte e prendano le decisioni senza avere posizioni fisse sugli argomenti?"⁷⁸ Secondo gli autori, gli elettori possono avere atteggiamenti incoerenti o mal organizzati ma sarebbe ingiusto dire che loro non hanno atteggiamenti affatto. Per quanto riguarda l'approccio statistico, Zaller e Feldman credono che l'errore di misurazione possa spiegare soltanto una parte insignificante delle risposte instabili.

Gli studiosi propongono la loro soluzione al problema dell'instabilità delle risposte ai sondaggi. Secondo loro, ciascun individuo possiede tante considerazioni o opinioni contraddittorie sugli argomenti importanti. Uno dei motivi di questo sta nel fatto che le considerazioni sono immagazzinate nella memoria a lungo termine e arrivano alla superficie grazie "alla combinazione di chance e recenza (*recency*)"⁷⁹. Un altro motivo per cui abbiamo tantissime considerazioni in conflitto sta nel fatto che esse fanno parte di diversi "schemi cognitivi" che vengono attivati in base a situazioni ed esigenze diverse. Usando una metafora musicale, possiamo dire che gli elettori si sintonizzano su un dato schema e attivano l'atteggiamento corrispondente, entrando in questo modo in uno stato cerebrale che impedisce loro di vedere altre opzioni.

⁷⁸ Zaller et al. 1992: 583.

⁷⁹ Zaller et al. 1992: 584.

Se Zaller e Feldman hanno ragione nella loro visione del cervello umano come ‘casseroia’ in cui bollono tante considerazioni contraddittorie, un’altra domanda emerge. Come fa una considerazione a prevalere e trasformarsi in voto? Una risposta è che la prima idea che viene alla mente diventa dominante in questo processo occasionale. Un’altra idea è che i soggetti scelgono la considerazione più saliente – quella che sembra avere più senso e appare loro come quella più plausibile e comprensibile. Quello che accomuna ambedue le risposte è il loro accordo tacito sul fatto che gli elettori siano incapaci di fare un ragionamento logico e coerente, valutare i pro e contro di ogni argomento del sondaggio. Loro scelgono il meccanismo che possa risparmiare al massimo tempo e le energie mentali.

Questo meccanismo, secondo gli autori, viene realizzato attraverso il secondo scenario. Gli studiosi presentano tre assiomi sui quali si basa il modello del campionamento delle credenze:

- Assioma 1: il soggetto ha sempre considerazioni ambivalenti;
- Assioma 2: la considerazione saliente è quella che viene scelta (prelevata);
- Assioma 3: la considerazione attivata è anche quella più recente.

Bisogna notare che Zaller e Feldman usano il termine ‘considerazione’ al posto di ‘opinione’ perché, secondo noi, vedono le opinioni come instabili ed intercambiabili. Le considerazioni, invece, alludono ad un livello più profondo e perciò sembrano più stabili. Questa nostra intuizione può essere rafforzata dalla definizione della considerazione all’interno del loro modello: “Il nostro modello presuppone che i soggetti abbiano un miscuglio delle considerazioni più o meno consistenti nelle loro teste, e la considerazione viene definita come motivo per cui si possa favorire un lato dell’argomento invece che l’altro”⁸⁰.

Zaller e Feldman usano gli assiomi sopra indicati “per generare le ipotesi sulla natura delle risposte ai sondaggi di massa”⁸¹. Lo sforzo impiegato è veramente considerevole, sia nella sua parte teorica che in quella pratica. L’esperimento consiste in due procedimenti. Durante il primo vengono intervistati 817 soggetti che dovevano rispondere ad una domanda chiusa con risposte già stabilite su un argomento.

Nella seconda parte dell’esperimento, i soggetti sono stati divisi in due gruppi. I soggetti del primo gruppo chiamato “retrospettivo” dovevano rispondere alle domande aperte a risposta libera dopo aver concluso il compito di rispondere alle domande chiuse. Il nome di questo gruppo deriva dal compito che i partecipanti avevano – rievocare e attivare le considerazioni più recenti che sarebbero quelle che hanno appena finito di menzionare nel sondaggio precedente. I soggetti, invece, che si sono trovati nel secondo gruppo nominato “prospettico” dovevano rispondere alle domande aperte prima di essere intervistati per il sondaggio. Secondo gli sperimentatori, le persone appartenenti al secondo gruppo dovevano pescare le considerazioni più salienti dai loro cervelli, prima di affrontare una futura intervista.

Lo scopo di questo esperimento duplice era verificare la natura delle credenze prelevate, cioè se fossero salienti e le più recenti.

⁸⁰ Zaller et al. 1992: 585.

⁸¹ Ibid: 586.

Tutti i test sono stati fatti per iscritto: gli intervistatori dovevano scrivere le risposte dei soggetti, includendo i commenti e le osservazioni critiche. Quando la trascrizione era completata, gli sperimentatori hanno dovuto affrontare una nuova sfida, cioè quella di codifica delle risposte. La difficoltà stava nel fatto che le risposte dovevano essere raggruppate secondo certe categorie, e gli esperti non riuscivano a trovare un accordo sul 10% delle risposte. La procedura ha assunto la forma seguente: “Tutti i commenti e le osservazioni critiche erano valutati secondo alcune variabili dai membri dello staff dei codificatori dell’Istituto per la Ricerca Sociale presso l’Università di Michigan...Solo i codificatori con grande esperienza sono stati usati. La variabile più importante era il “punto direzionale del commento” (*directional thrust of comment*) il quale indicava il lato dell’argomento favorito dal commento”⁸². La sfida consisteva nel decidere se il commento era pro-conservatore o pro-liberale, intesi come ideologie tradizionali dei partiti negli Stati Uniti d’America. Un’altra variabile importante era il ‘*frame* di riferimento’ – “una variabile che cercava di cogliere il contenuto sostanziale di ogni rimarco”⁸³. Questo *frame* poteva riferirsi sia ai principi generali della società americana, sia ai programmi particolari. Zaller e Feldman ammettono che la prassi di codifica ha i suoi difetti, il maggiore dei quali essendo indicabile nella fallibilità del codificatore. Gli studiosi hanno cercato di risolvere questo problema, arruolando più codificatori e controllando due volte le risposte. Gli autori hanno evidenziato una differenza del 10-15% tra i gruppi di esperti, e questo rientra nei limiti di norma, a parere del codificatore responsabile. Però gli autori sconsigliano comunque di usare questa prassi a livello di massa.

Il passo successivo alla codifica è stato contare i commenti per poter verificare il primo assioma sui soggetti aventi un misto di considerazioni contraddittorie. I ricercatori hanno contato i rimarchi opposti di ciascun soggetto, le volte in cui i soggetti hanno mostrato ambivalenze o dubbi spontaneamente, nonché le volte in cui le persone hanno deliberatamente fatto commenti ambigui. Le conclusioni degli autori sono le seguenti: “La percentuale dei rispondenti che dimostrano un grado di ambivalenza varia dal 36 al 48% nel gruppo “retrospettivo”... Approssimativamente il 75% dei rispondenti del gruppo “prospettico” hanno idee contraddittorie”⁸⁴. Il motivo per cui il numero delle considerazioni conflittuali si sono raddoppiate nel gruppo prospettico è dato dal fatto che le persone hanno avuto un accesso illimitato alle loro considerazioni immagazzinate, a differenza dei loro colleghi del gruppo retrospettivo i quali sono stati orientati verso le risposte dal compito precedente e hanno mostrato la tendenza ad esprimere la considerazione più recente. Comunque, il primo risultato dell’esperimento ha confermato il primo assioma di Zaller e Feldman.

Per verificare le altre ipotesi, o assiomi 2-3, gli autori hanno usato il metodo della deduzione, vista la natura degli assiomi che non possono essere testati direttamente. I ricercatori hanno escogitato 13 deduzioni, ciascuna delle quali è stata sottoposta a prove durante l’analisi dei dati. Noi non andiamo ad elencarle tutte, visto che lo scopo della nostra ricerca è capire il metodo generale usato dagli studiosi; ci soffermeremo soltanto sulle particolarità che colpiscono di più.

La prima particolarità da notare sta nell’impegno degli autori di trovare correlazioni tra le risposte alle domande chiuse e quelle aperte all’interno di ciascun gruppo. La prima correlazione che trovano deriva dal gruppo prospettico ed è “tra le idee più accessibili ai soggetti al momento di risposta e la risposta stessa”⁸⁵. Questo dato significa che i soggetti potrebbero costruire i loro

⁸² Zaller et al. 1992: 588.

⁸³ Ibid.

⁸⁴ Zaller et al. 1992: 590.

⁸⁵ Ibid: 592.

atteggiamenti in base alle idee che rievocano dalla memoria. Però visti i risultati opposti di altre ricerche, gli autori si astengono dal generalizzare i loro risultati, dicendo di aver trovato uno dei tanti modi di provare il loro modello, usando il metodo di ricerca delle correlazioni.

Alcune deduzioni, per esempio, le deduzioni 4 e 6, suggeriscono che l'instabilità delle considerazioni dipende dai fattori seguenti:

- 1) Consapevolezza politica;
- 2) Il tipo di argomento a cui gli elettori devono rispondere.

La consapevolezza o 'sofisticazione' politica (se vogliamo usare il termine di Sniderman) serve per stabilizzare gli atteggiamenti degli elettori. Se un soggetto è sofisticato, e' più probabile che lui (lei) rimarrà stabile nei suoi atteggiamenti. Il motivo di questo sta nell'accesso delle persone sofisticate ad un *pool* nettamente più grande di considerazioni rispetto ai soggetti con scarse conoscenze. Secondo Zaller e Feldman, "l'auto-testimonianza attitudinale basata sulla media di numerose considerazioni sarà un indicatore più affidabile della struttura profonda dell'atteggiamento rispetto alla media basata su una o due considerazioni"⁸⁶:

Per quanto riguarda gli argomenti, gli studiosi suggeriscono che i soggetti saranno più stabili sugli argomenti della quotidianità proprio perché possono rifletterci ogni giorno. Quest'idea, inoltre, è stata confermata dalle ricerche precedenti.

Zaller e Feldman offrono un'altra spiegazione dell'instabilità delle opinioni pubbliche nei sondaggi. Introducono il concetto generale di *response effects* i quali sono "le caratteristiche dell'ordine in cui vengono presentate le domande e il disegno del sondaggio che può influenzare la risposta"⁸⁷.

La prima categoria di *response effects* sono *carryover effects* in cui l'ordine delle domande fa cambiare ai soggetti le loro opinioni. I soggetti più propensi ad essere influenzati da questo effetto sono quelli che possiedono considerazioni disorganizzate e contraddittorie riguardo a un problema. Invece, i soggetti che possiedono considerazioni che sostengono solo un lato del problema sono meno influenzabili dall'ordine in cui vengono presentate le domande.

Un altro tipo di effetto avente impatto sulla risposta dei soggetti si chiama *endorsement effect*. Questo effetto consiste in un procedimento in cui l'idea da instillare nel soggetto debba essere collegata ad una considerazione già ritenuta saliente dal soggetto. Per esempio, se l'elettore vota il Presidente A, gli viene detto che il Presidente A supporta un certo argomento, e ci si attende che l'elettore voti questo argomento. Un altro esempio per evitare di confondere l'effetto di indottrinamento con *partisan cue* è questo: i soggetti che considerano l'ordine democratico saliente sono più propensi ad accettare la guerra se viene loro indottrinata l'idea che la guerra sia fatta per restaurare la democrazia.

Gli altri effetti che hanno impatto sulle risposte ai sondaggi sono la razza dell'intervistatore, il gruppo di riferimento del soggetto, *priming effects* delle notizie televisive e *framing effects* della formulazione delle domande e del loro ordine⁸⁸.

⁸⁶ Zaller e Feldman 1992: 597: "Attitude reports formed from an average of many considerations will be more a more reliable indicator of the underlying population of considerations than an average based on just one or two considerations".

⁸⁷ Zaller e Feldman 1992: 600.

⁸⁸ Zaller e Feldman 1992: 602.

Zaller e Feldman hanno formulato l'ipotesi seguente: se i soggetti sono incoraggiati a pensare bene prima di rispondere alle domande, iniziano a cercare nella memoria 'una risposta giusta'. Questo può permettere loro di arrivare a dare risposte più affidabili che riveleranno i loro atteggiamenti profondi e non solo le loro considerazioni contraddittorie di superficie. La logica sottostante a quest'ipotesi è che la risposta tratta dalla combinazione di numerose idee sia più affidabile e dimostrativa dell'atteggiamento rispetto alla risposta che viene tratta sulla base di un pool di solo due o tre considerazioni.

Quest'ipotesi è stata la base del test nel gruppo prospettico, ed è risultato subito impossibile per le persone con scarse conoscenze politiche. Questi soggetti non riuscivano ad escogitare una risposta perché non c'era neanche una domanda che potesse servire loro da indizio.

Invece, i soggetti che sapevano qualcosa sull'argomento hanno prodotto "un campione pregiudiziale di idee" che non riflettevano i loro veri atteggiamenti. Il motivo di questo potrebbe essere la tendenza dei soggetti a cercare una spiegazione razionale invece di quella affettiva, e la prima è diversa dai loro atteggiamenti genuini.

Uno potrebbe obiettare all'affermazione sopra indicata, dicendo che gli atteggiamenti di alcuni soggetti possono dipendere dal loro carattere ed essere razionali. Però Zaller e Feldman respingono l'idea sulla razionalità degli atteggiamenti, dicendo che gli atteggiamenti sono "costrutti temporanei" creati al momento della risposta in base ad un database grande ma contraddittorio.

Un'altra definizione del concetto di 'atteggiamento', che sottolinea il suo carattere volubile e temporaneo, viene da Tesser: "L'atteggiamento in un punto temporale particolare è il risultato del processo costruttivo. Non esiste un atteggiamento unico verso un oggetto ma una molteplicità di atteggiamenti che dipendono dagli schemi che il soggetto possiede per pensare agli oggetti"⁸⁹. Questa definizione dell'atteggiamento porta a galla l'idea che gli atteggiamenti hanno le stesse fondamenta affettive, sono altamente instabili e dipendono da un particolare schema cognitivo, come le emozioni. Attraverso queste somiglianze tra gli atteggiamenti e le emozioni, Zaller e Feldman riescono a provare il loro assioma sull'ambivalenza delle considerazioni, secondo il quale i soggetti possiedono tanti atteggiamenti e considerazioni nello stesso tempo.

Parlando dei vantaggi della loro teoria, Zaller e Feldman sottolineano il suo carattere pratico: "E' l'unico modello sensibile ad una ampia scala di regolarità associate alle risposte ai sondaggi di massa"⁹⁰. Sotto 'regolarità empiriche' gli studiosi intendono *response effects* e *extra thought effects* che spiegano perché i soggetti danno risposte opposte a sondaggi condotti in tempi diversi.

Per la nostra ricerca, che riguarda lo studio del comportamento degli elettori, l'implicazione più importante del lavoro di Zaller e Feldman sta nella visione del cambiamento dell'atteggiamento. Invece di adottare la visione convenzionale, secondo la quale il cambiamento dell'atteggiamento presuppone il rimpiazzamento di una struttura fissa con l'altra, utilizzeremo l'idea derivante dall'esperimento degli autori qui discussi, secondo la quale l'attivazione di un certo atteggiamento viene modificato dall'impatto dei *response effects* e dall'abilità del latore dell'informazione di rendere alcune considerazioni più salienti per il pubblico.

⁸⁹ Zaller e Feldman 1992: 583.

⁹⁰ Zaller e Feldman 1992: 607.

La seconda osservazione che ci sembra utile è l'idea del possesso delle considerazioni tra le quali si può scegliere, ricorrendo alla memoria; e la terza è quella che il processo del campionamento delle credenze dipende dalle informazioni acquisite più recentemente.

1.3.5 Teoria dell'intelligenza affettiva

Il modello del comportamento politico guidato dall'affetto è stato proposto da Marcus, Neuman e MacKuen nell'ambito della loro "teoria dell'intelligenza affettiva"⁹¹. Questi autori hanno esplicitato il bisogno di una teoria che possa diventare un'alternativa valida agli approcci esistenti della 'scelta razionale' e del 'voto comune'. I ricercatori si esprimono contro l'approccio della 'scelta razionale' perché è quello che esagera l'importanza della razionalità e della ragione tipiche della tradizione accademica occidentale. Gli approcci 'del voto comune', d'altro canto, per esempio quello euristico, non riescono a risolvere il paradosso degli elettori ignoranti a cui viene attribuita la capacità di fare le scelte giuste a favore della democrazia.

Lo scopo degli autori, quindi, è riabilitare l'emozione come strumento del giudizio politico. Lo fanno in base ai dati delle neuroscienze, in particolare, in base alla scoperta di zone del cervello responsabili per l'elaborazione dell'informazione: il sistema di disposizione e il sistema di sorveglianza. "Il sistema di disposizione monitora le nostre interazioni quotidiane con il mondo...Il sistema di sorveglianza, invece, segnala la novità o la minaccia nell'ambiente e ci sprona a rivalutare le nostre credenze e preferenze"⁹². L'introduzione di questi sistemi ha permesso ai ricercatori di spiegare il comportamento politico attraverso i concetti di 'abitudine' e 'emozioni di ansia e minaccia'.

Una delle positività di questa teoria è la visione realistica degli elettori senza critiche eccessive nei confronti dei soggetti irrazionali o inattenti, come fanno, invece, i teorici razionalisti. Secondo la teoria dell'intelligenza affettiva, essere inattento è normale e significa che tutto va bene e come al solito perciò possiamo risparmiare le nostre energie mentali quando facciamo i compiti di routine. La situazione deviante dalla norma è quella in cui le persone iniziano a prestare attenzione alla politica. Questo accade quando il nostro sistema di sorveglianza viene attivato dalle informazioni negative, minacciose o insolite, meccanismo che viene altamente sfruttato dalla pubblicità negativa.

Un'idea interessante espressa nel libro concerne l'*engagement* politico il quale viene visto come "qualcosa di più della caratteristica personale...E' anche uno stato psicologico"⁹³. Quest'idea prende spunto dal concetto del sistema di sorveglianza il quale stimola le persone a riconsiderare la loro abitudine di astensione quotidiana dalla vita politica, una volta percepito lo stimolo minaccioso o nuovo nel loro ambiente.

Un'implicazione importante della teoria dell'intelligenza affettiva è la possibilità da essa offerta di giudicare le condizioni della società civile come dipendenti dalle abitudini dei cittadini. Per esempio, il fatto che gli Italiani stanno diventando più cinici nei confronti della politica, significa che la società civile italiana sta peggiorando. Però, in generale, è possibile considerare la società civile italiana come eccezionale poiché supera tante democrazie per il suo livello di coinvolgimento dei cittadini nella vita sociale. Un esempio di quest'attività civile è il volontariato che coinvolge tantissime persone in Italia.

⁹¹ Marcus et al. 2000: 1.

⁹² Marcus et al. 2000: 126.

⁹³ Marcus et al. 2000: 128.

Il funzionamento del sistema di sorveglianza sembra essere chiaro e affidabile per spiegare il comportamento politico. Invece, è difficile comprendere sotto quali condizioni il sistema di disposizione smette di funzionare. I due sistemi sono complementari ed è impossibile capire il funzionamento dell'uno senza rivolgersi all'altro. Gli autori suggeriscono che le abitudini sono generalmente stabili ma in alcune condizioni iniziano a vacillare. Nelle condizioni normali, familiari alla gente e privi di minacce, gli elettori tendono ad fidarsi delle loro abitudini e delle euristiche. La situazione cambia quando la gente percepisce una minaccia o novità nell'ambiente. In questo caso la gente attiva il sistema di sorveglianza, inizia a cercare le soluzioni alternative e a pensare criticamente alla situazione esistente.

La differenza nel funzionamento dei due sistemi si rivela nel dibattito sulle motivazioni per cui i cittadini si coinvolgono nella vita politica. Il sistema di disposizione aiuta le persone a percepire l'ambito politico come affascinante e emotivamente appagante e a coinvolgersi facilmente nelle attività politiche. Questo spiega anche perché per alcune persone seguire le faccende politiche diventa un'abitudine. Il sistema di sorveglianza, al contrario, segnala la minaccia o novità, il che sprona un'attenzione maggiore verso l'oggetto. Perciò la differenza tra i due sistemi può essere presentata intermini di opposizione tra tratto caratteriale e stato temporaneo.

Secondo Marcus e i suoi colleghi, i cittadini ansiosi sono quelli che producono le opinioni di qualità a differenza dei loro compagni compiacenti. La loro ipotesi è confermata dalle prove raccolte durante l'esperimento di Watson, Clark e Tellegen nel 1988 in cui dovevano misurare le emozioni positive e negative dei soggetti durante la giornata. Gli autori hanno trovato che il successo nelle faccende quotidiane si traduceva in un grande entusiasmo il quale era determinante per il coinvolgimento e l'interesse delle persone per il compito. Siccome l'ambiente in cui la situazione è stata osservata era stabile, gli sperimentatori hanno suggerito che il desiderio di ripetere il successo potrebbe trasformarsi in un'abitudine oppure anche in un tratto caratteriale. Perciò i soggetti che volevano ripetere il successo, tendevano a conservare la situazione esistente e non cercavano soluzioni alternative.

Per quanto riguarda l'ambito politico, l'entusiasmo, secondo Marcus e i suoi colleghi, non basta per coinvolgere le persone, essendo l'ansia l'emozione più importante in questo contesto. Da ciò segue che il coinvolgimento politico è il tratto caratteriale che si basa sull'entusiasmo ottenuto quotidianamente, sia uno stato che viene attivato da minacce oppure da novità. Questa visione è supportata ulteriormente dall'idea che i sistemi di disposizione e di sorveglianza funzionano come complementari. Un esempio illustrante l'azione delle emozioni è l'uso applicato della retorica politica. Quando l'elettorato è soddisfatto delle condizioni sociali, i cittadini si affidano alle loro abitudini e scorciatoie e votano il presidente in carica. Invece, quando la situazione cambia e le persone si sentono preoccupate del futuro, gli elettori iniziano ad elaborare le informazioni secondo il modello online (di cui abbiamo parlato prima) e a cercare le alternative migliori ai candidati in carica. Questo è il momento in cui i retori politici possono intraprendere la loro attività per persuadere l'elettorato a votarli, facendo venire a galla le considerazioni salienti. Se gli elettori avessero votassero sempre secondo le loro abitudini, la retorica non avrebbe senso e non ci sarebbe mai un cambiamento del potere politico.

Gli autori, però, si astengono dalla semplificazione della situazione, sostenendo che il messaggio pieno di ansia non garantisce necessariamente la vittoria all'oratore. Il messaggio carico di ansia potrà stimolare gli elettori a pensare criticamente e studiare l'argomento in un modo approfondito. Un esempio di questa situazione viene fornito dall'analisi del comportamento degli elettori durante il dibattito su NAFTA negli USA. Il politico statunitense Pat Buchanan cercava di stimolare le

preoccupazioni degli elettori riguardo alla disoccupazione dopo l'entrata degli USA in NAFTA e, nonostante ciò, ha perso le elezioni.

Marcus e gli altri autori hanno fatto un gran lavoro per identificare le condizioni, sotto le quali ciascuno dei sistemi viene attivato, nonché per abbinare a ciascun sistema uno dei modelli comportamentali che abbiamo discusso prima. Per esempio, il modello euristico è quello che più probabilmente funziona nelle condizioni normali; invece, il modello dell'*on-line processing* è applicabile alle situazioni in cui gli elettori percepiscono minacce o novità.

E' ugualmente degna d'interesse la classificazione degli elettori secondo il loro livello d'ansia e non in base alle conoscenze politiche possedute, come hanno fatto gli studiosi precedenti. Secondo gli autori citati poco sopra, quando i cittadini diventano più ansiosi del solito, iniziano a riflettere di più sulle scelte di voto, arrivando così a corrispondere allo standard classico dell'elettore razionale o al suo analogo più moderno – quello dell'elettore politicamente sofisticato.

La teoria dell'intelligenza emotiva sottolinea il ruolo dei mass media come fornitori delle informazioni potenzialmente ansiogene che possono attivare i sistemi di sorveglianza dei cittadini e aiutarli a togliersi l'umore compiacente imposto dalla situazione di normalità. E' vero che lavorare nel regime di sorveglianza è dispendioso per il sistema cognitivo dell'elettore ma i costi valgono la pena di essere sopportati.

Uno dei punti deboli della teoria, secondo noi, sta nel fatto che gli autori non spiegano le situazioni in cui il sistema di disposizione è talmente forte che ogni tentativo del sistema di sorveglianza di svegliare i cittadini viene vanificato. In altre parole, gli autori non danno risposta alla domanda che cosa viene fatto per liberare il campo all'emozione nelle situazioni in cui le abitudini sono troppo rigide.

Marcus e i suoi collaboratori conducono una serie di analisi multivariate per capire quale motivazione sia prevalente per coinvolgere gli elettori in politica ad un livello più alto di quello del semplice atto di votare. Loro scoprono che questa motivazione è data dall'entusiasmo: “Bisogna instillare una dose abbastanza significativa di entusiasmo nell'esercito dei sostenitori, altrimenti lo sforzo di mobilitazione fallisce”⁹⁴. Come sappiamo già grazie agli esperimenti di Watson, Clark e Tellegen (1984), l'entusiasmo come emozione è attivato dal sistema di disposizione. Questo significa che la lealtà al partito e il *partisan cue*, rispettivamente, funzionano quando gli elettori sono soddisfatti della situazione e del loro leader. Invece, nelle situazioni caratterizzate dall'ansia (come nel nostro esperimento manipolato), cresce la percentuale degli elettori devianti, cioè, quelli che votano il partito opposto a quello che hanno di solito sostenuto.

Gli autori notano che una delle cose che può stimolare l'ansia è la differenza tra la propria posizione sull'argomento e quella del politico preferito per cui si vota di solito. Quando questo accade, gli elettori tendono a votare il partito opposto perché l'ansia mette loro in condizione di riconsiderare il voto consueto. In questo modo, l'ansia diventa “un marcatore emotivo del voto”, provando “la relazione tra il coinvolgimento emotivo e il giudizio ragionevole”⁹⁵.

⁹⁴ Marcus et al. 2000: 63.

⁹⁵ Marcus et al.: 106.

L'importanza dei valori è confermata in modo indiretto dagli autori quando parlano delle cose che attivano il sistema di sorveglianza: “Il dispregio dei principi morali o degli standard del comportamento umano sono crimini più grossi di una semplice incompetenza”⁹⁶.

Nel capitolo dedicato all'emozione e giudizio politico, gli autori affrontano la questione della qualità dell'opinione: “E' vero che l'ansia è motivante per fare una scelta razionale e formare un giudizio ragionevole?”⁹⁷ La loro risposta a questa domanda è positiva. La confermano con tre *case studies* tratti dalla politica americana: l'analisi degli atteggiamenti degli elettori verso l'entrata degli Stati Uniti nella zona NAFTA; verso il coinvolgimento nella Guerra del Golfo (*Gulf War*); e il cambiamento attitudinale durante cinque elezioni presidenziali dal 1980 al 1996. Tutti questi casi provano che l'ansia stimola gli elettori a diventare più propensi a riconsiderare i loro giudizi abitudinari. Gli elettori iniziano a raccogliere più informazioni sull'argomento in questione il che può essere considerato come miglioramento della qualità dell'opinione.

⁹⁶ Marcus et al.: 71.

⁹⁷ Marcus et al.: 94.

2. Lo stile cognitivo

2.1 Concetto “stile cognitivo”

Sotto il concetto “stile cognitivo” vengono intese le modalità individuali di elaborare le informazioni. In psicologia generale, queste modalità sono studiate più strettamente nell’ambito della psicologia dei processi cognitivi, responsabili per l’elaborazione dei dati.

Le differenze individuali nell’attività cognitive venivano ignorate come devianze dalle leggi generali e dallo sviluppo mentale cognitivo comune. Per esempio, nella teoria dello sviluppo di Jean Piaget (1967), le differenze individuali tra i bambini in età prescolastica e scolastica venivano ignorate perché la visione comune in quell’epoca era la necessità di far raggiungere a scolari diversi lo stesso livello di sviluppo intellettuale. Oggi, l’approccio all’apprendimento è diverso, e le differenze individuali vengono rispettate poiché ogni bambino percorre la strada dello sviluppo intellettuale con modalità e velocità differenziate. Perciò non è affatto sorprendente che un bambino piccolo possa essere più bravo nel risolvere test matematici rispetto ai suoi colleghi più grandi.

Kholodnaya (2004) fornisce un altro esempio illustrante la mancata attenzione verso le dinamiche cognitive individuali – la teoria dell’intelletto di Hans Eysenk (1962). Uno dei postulati di questa teoria afferma che la velocità di elaborazione dell’informazione sia un segno di un’alte abilità. Però, le ricerche successive hanno mostrato che le risposte giuste richiedono più tempo di riflessione rispetto a quelle sbagliate (Hunt, 1980). I soggetti che tendevano a riflettere di più davano risposte corrette, anche se in modo più rallentato rispetto a quelli che fornivano risposte veloci ma sbagliate. L’autrice, inoltre, ha dimostrato in una delle sue ricerche che le persone con lo stile cognitivo riflessivo producono più prodotti intellettuali tra i quali rientrano le soluzioni a problemi testuali (Kholodnaya, 1992).

Gli esempi sopra nominati dimostrano l’impatto dei fattori individuali sulle attività cognitive. Gli psicologi, così, sono giunti alla conclusione che le differenze tra le persone vadano rispettate e studiate, ma per fare questo occorre trovare un punto di riferimento fenomenologico che possa sia cogliere le dinamiche individuali, sia essere abbastanza ampio per poter generalizzare, sulla base degli individui, il comportamento del gruppo. Negli anni 1950-1960, proprio nel periodo in cui la psicologia politica si è rivolta allo studio del comportamento individuale di cui abbiamo parlato prima, gli psicologi americani hanno individuato un concetto fenomenologico capace di inglobare ambedue le problematiche – lo stile cognitivo. Da un lato, lo stile cognitivo comprende le modalità di elaborazione dell’informazione che sono tipiche per un gruppo di persone ma si differenziano dagli altri gruppi; dall’altro lato, la prevalenza di un certo stile cognitivo dell’individuo riflette l’unicità della sua esperienza e dei meccanismi di organizzazione dell’attività cognitiva. In questo modo, il fenomeno dello stile cognitivo apre nuove possibilità per la ricerca dell’ambito psicologico che possa riunire gli aspetti generali dello studio dei processi cognitivi e quelli differenziati della mente individuale (Kholodnaya, 2004).

Un altro motivo per studiare gli stili cognitivi è l’importanza di ridurre i conflitti tra le persone i quali possono risultare dall’incomprensione del modo individuale di elaborare cognitivamente. A parte i vantaggi immediati che possono essere apportati nella vita quotidiana delle persone, per la

sfera politica queste conoscenze sono particolarmente utili perché riducono la possibilità dei malintesi e dell'ostilità basata sull'incomprensione e il rifiuto di un gruppo di persone che hanno un modo diverso di percepire la realtà. A nostro avviso, conoscere le particolarità del proprio stile cognitivo, nonché sapere dell'esistenza delle altre modalità di elaborazione, può prevenire i conflitti tra le persone, che agiscono anche ad alti livelli politici.

Una delle problematiche più attuali dello stile cognitivo sta nell'impossibilità di spiegare le differenze del comportamento individuale rispetto alle leggi del comportamento umano generale. Questo significa che i metodi della psicologia generale non possono essere traslati automaticamente all'interpretazione dei meccanismi dell'attività cognitiva individuale. Perciò lo studio dello stile cognitivo ha dovuto elaborare proprie categorie e metodi di misurazione che sarebbero diversi da quelli tradizionali.

Il concetto di "stile cognitivo" inteso come modalità dell'elaborazione dell'informazione è emerso negli anni 1960, come abbiamo accennato prima, ma l'approccio stilistico come alternativo alla generalizzazione è emerso anche prima. Per esempio, Alfred Adler (1927) usava il termine "stile" per parlare delle strategie individuali del superamento del complesso d'inadeguatezza. Perciò Kholodnaya considera gli anni 1920 e 1930 il primo periodo nello studio dell'approccio stilistico alla personalità.

Gli anni 1950 e 1960 costituiscono il secondo periodo di questo studio in cui il focus degli studiosi era sui meccanismi della costruzione dell'immagine cognitiva individuale. In particolare, gli psicologi hanno studiato come persone diverse percepiscono la realtà e sono arrivati alla conclusione che le differenze nella percezione dello stesso oggetto non sono errori nell'attività cognitiva ma esempi di funzionamento personalizzato della mente. Questo è stato un contributo importante per la comprensione della mente umana e per la rivalutazione della differenza dell'altro nei termini di unicità e valore invece che in quelli del disprezzo. Però, lo studio dello stile cognitivo in quel periodo era, purtroppo, soggetto a grandi contraddizioni metodologiche, visto che psicologi diversi usavano metodi propri per misurare la caratteristica dello stile cognitivo. Perciò i risultati delle loro ricerche appaiono non riproducibili attraverso metodi diversi da quello effettivamente usato da uno psicologo in particolare. Inoltre, i metodi di misurazione dello stile cognitivo mancavano di parametri di valutazione dell'individuo. L'ultimo limite è stato in parte superato dalla posizione di Clauss (1978) secondo la quale lo stile cognitivo non va valutato in base alla sua prossimità alla norma, come nei metodi tradizionali, perché lo scopo di queste ricerche non è fornire alla persona una diagnosi ma aiutarla nell'attività di auto-riflessione. Perciò il problema della ricerca del metodo generalizzabile persiste ancora nello studio dello stile cognitivo.

Il terzo periodo nello studio dello stile cognitivo, anni 1980 e 1990, è caratterizzato dalla ricerca del metodo generale e replicabile in contesti diversi, il che è risultato nella generalizzazione del concetto dello stile. Gli studiosi tendono ad operare attraverso categorie meta stilistiche di volume più ampia applicabilità, per esempio, "lo stile d'apprendimento" (Kolb 1984; Honey e Mumford, 1986; Liver 1995). Kholodnaya critica questa tendenza a riunire sotto il termine "stile" tutte le

differenze individuali perché “non sempre le differenze individuali sono espressioni dello stile”⁹⁸; fare una generalizzazione di questo genere significa non solo commettere un errore di carattere epistemico ma anche annullare l’idea fondatrice del concetto dello stile come originalità del comportamento umano. Perciò per correggere questa situazione, secondo l’autrice, bisogna ritornare alla definizione del concetto di stile cognitivo degli anni 1960 inteso come modalità diverse di elaborare l’informazione e cercare di fornire più esempi in vari ambiti dell’attività cognitiva per poter rintracciare le corrispondenze attraverso ricerche diverse, nonché migliorare i metodi di misurazione dello stile cognitivo.

All’inizio del terzo millennio gli studiosi hanno comunque elaborato un approccio comune⁹⁹ allo stile cognitivo che viene visto come:

- caratteristica strutturale dell’attività cognitiva, collegata indirettamente ai contenuti di quest’attività;
- preferenza individuale di comportamento intellettuale quale, per esempio, prendere decisioni e fare ragionamenti politici;
- caratteristica bipolare nel senso che deve essere descritta in base a due categorie opposte;
- caratteristica che non può essere descritta nei termini di corrispondenza o meno alla norma;
- caratteristica presupposta stabile che si dimostra in situazioni diverse e su piani intellettuali, cognitivi, diversi.

Inoltre, gli studiosi moderni hanno riconsiderato il loro atteggiamento verso i metodi di studio degli stili cognitivi, spostando il focus d’attenzione dalla corrispondenza a standard tradizionali verso l’originalità e l’innovazione di essi che possa costituire un vantaggio per una nuova interpretazione dell’unicità del comportamento umano. A differenza dei metodi tradizionali basati sui test, i nuovi metodi dell’approccio agli stili cognitivi sono meno costrittivi, più liberi sia per quanto riguarda il tempo del compito che le risposte da fornire: infatti, i metodi più recenti preferiscono le risposte a scelta libera a quelle chiuse e danno al soggetto la possibilità di scegliere il modo preferenziale per risolvere un problema, esprimere un’opinione e prendere una decisione. La base sottostante a questo nuovo approccio metodologico è l’idea di Sternberg sulle modalità diverse di cui si avvalgono le persone per usare le proprie capacità.

Vorremmo trovare un fattore che può essere usato per spiegare il comportamento degli elettori nei paesi con diversi livelli di democratizzazione. L’idea sottostante al concetto dello stile cognitivo è la diversità dei modi in cui le persone usano le loro capacità; ovvero la specializzazione delle capacità umane in base allo stile cognitivo posseduto. Il fatto che le capacità in questione riguardano il modo di affrontare un problema e prendere le decisioni e il carattere universale del concetto in questione, lo rendono un fattore adatto per la spiegazione del comportamento di voto nella nostra ricerca.

⁹⁸ Kholodnaya 2004: 22.

⁹⁹ Kholodnaya 2004: 40.

2.2 Metodo di misurazione dello stile cognitivo di R. Branson e A. Harrison

Secondo la classificazione di Catellani (2011), possiamo dire che Robert M. Branson e Allen F. Harrison (1984) hanno usato il metodo psicobiografico per evidenziare gli stili cognitivi dei grandi filosofi sugli esempi delle loro opere. Le loro ipotesi erano le seguenti:

- 1) Lo stile cognitivo è evidenziato in massima misura da un alto livello intellettuale tipico delle persone dotate di talento, per esempio, dei filosofi di spicco;
- 2) Le differenze dei filosofi con diversi stili cognitivi saranno riflessi nelle loro teorie.

Il metodo usato da Branson e Harrison è stata l'analisi qualitativa delle opere filosofiche di Georg Hegel, Immanuel Kant, John Dewey, Gottfried Leibniz e John Locke. L'analisi ha permesso loro di distinguere tra cinque "stili intellettivi" (Alexeev e Gromova, 1983):

Stile sintetico il rappresentante tipico del quale è Georg Hegel. La particolarità del modo di pensare di persone sintetiche sta nella loro tendenza a costruire, da una moltitudine di elementi e fatti vari, una visione unica del problema, nonché a collegare le cose che sembrano non-collegabili. I rappresentanti di questo stile cognitivo tendono a collegare anche idee contraddittorie e paradossali e sono orientati a trovare la generalizzazione più ampia possibile. Amano teorizzare e provano disgusto per i fatti. Sono comunicatori aggressivi a cui piace suscitare conflitti tra gli intellettuali. Fanno spesso domande destabilizzanti e danno risposte dello stesso genere. Sono molto sensibili agli aspetti negativi del problema, nonché alle innovazioni.

Lo stile idealista è rappresentato da Immanuel Kant. Come le persone sintetiche, gli idealisti hanno una visione ampia delle cose ma a differenza dei primi la basano non sulle teorie ma sulle loro valutazioni intuitive. Ignorano normalmente i fatti concreti, i numeri e le esigenze della logica formale. Si distinguono per l'interesse vivissimo per gli obiettivi, i valori e le categorie morali. Durante la comunicazione intellettuale tendono a evitare i conflitti e l'aggressione, sono tolleranti verso le opinioni degli altri e orientati sulla ricerca dei mezzi per raggiungere un accordo. La motivazione generale degli idealisti è la riunione delle posizioni diverse per il raggiungimento dell'obiettivo comune. Hanno difficoltà nel risolvere i test strutturati come quelli logici e matematici.

Lo stile pragmatico (John Dewey) è tipico delle persone che ricorrono alle loro esperienze dirette personali per risolvere un problema. Il problema viene identificato e formulato in base alle sperimentazioni. Tendono ad adottare il tipo del ragionamento coerente *step-by-step* e programmare in anticipo le loro attività. Non hanno forti attaccamenti alle formulazioni teoriche perché non trovano senso nell'averle. Si distinguono per l'apertura alla collaborazione, ottimismo e entusiasmo applicato alla risoluzione dei problemi concreti.

Lo stile analitico, il rappresentante del quale è Gottfried Leibniz, è caratterizzato dalla tendenza a condurre un'analisi scrupolosa, sistematica e attenta del problema, nonché di valutare tutte le soluzioni possibili. Non amano l'ambiguità e l'assenza di chiarezza perché tendono a vedere il mondo come un ambiente ordinato e prevedibile. Sono orientati a fare un quadro preciso e strutturato della situazione. Sono interessati dalle nuove tecnologie che permettono di cercare e salvare informazioni nuove. Rispettano le persone d'autorità e gli esperti.

Il rappresentante dello stile realista, per esempio John Locke, crede soltanto nella realtà dei fatti direttamente osservabili e analizzabili; i fatti per loro hanno valore durante tutto il percorso della ricerca. Preferiscono le domande chiare e le risposte concrete orientate al raggiungimento di un risultato pratico. Avvertono dolorosamente le situazioni e i casi che, secondo loro, sono disfunzionali e cercano di correggerli. Provano antipatia per tutto ciò che è irrazionale e soggettivo. Hanno una marcata esigenza di controllare la situazione e il comportamento delle altre persone.

Secondo Kholodnaya (2004), nell'elenco degli stili cognitivi di Branson e Harrison manca almeno uno stile – quello irrazionale – che si basa sull'esperienza dei propri stati soggettivi, sulle emozioni e il quale si esprime nel linguaggio attraverso metafore, simboli e categorie emotivamente cariche. I rappresentanti di questo stile potrebbero essere Friedrich Nietzsche e Søren Kierkegaard. Qualunque sia l'elenco degli stili, è importante l'approccio usato dagli autori americani che è basato sulla distinzione tra le persone rispetto al modo di comprendere e risolvere un problema.

L'approccio dello stile cognitivo è spesso abbinato a quello psicolinguistico. Un esempio di questo genere di ricerche è il lavoro di Scherbakova (2005) in cui si cerca di rintracciare le caratteristiche stilistiche in base al linguaggio del soggetto. Scherbakova spiega la validità dell'approccio basato sullo stile cognitivo con le scoperte delle scienze neurologiche sull'asimmetria tra l'emisfero destro e sinistro del cervello umano. Secondo gli psicolinguisti, tale asimmetria si traduce nella diversità dei modi di elaborare le informazioni e di prendere le decisioni, le diversità che vari autori identificano come "stile cognitivo" (Kholodnaya, 2004, Alexeev e Gromova, 1993). La teoria psicolinguista usa il linguaggio del soggetto come marcatore del suo stile cognitivo, sottolineando il fatto che la parola è l'unico indizio tangibile, direttamente osservabile dell'attività cognitiva di una persona. Per esempio, i marcatori sintattici come le congiunzioni alludono all'impulsività del parlante.

Lo stesso approccio psicolinguistico ha utilizzato il questionario degli stili cognitivi di Branson e Harrison che è stato tradotto e adattato alla cultura russa da Alexeev e Gromova (1993). Per esempio, Kalashnikova (2007) ha usato questo metodo per studiare le differenze nelle modalità argomentative degli studenti di economia. Il compito sperimentale era commentare un testo di tematica consona allo studio dei giovani. Facendo un'analisi qualitativa, Kalashnikova è riuscita a rintracciare le propensioni generali nei giudizi e commenti degli studenti, alle quali lei ha fatto corrispondere un certo stile cognitivo. Queste corrispondenze vengono presentate nell'inventario degli stili cognitivi che utilizzeremo nel nostro lavoro (vedi sotto) e sono: propensione prescrittiva – stile analista, correttiva – analitico, ricettiva – idealista, adattiva – pragmatico, teorica – sintetico.

Caratteristiche dello stile cognitivo (Alexeev e Gromova, 1993; Kalashnikova, 2007)

Lo stile analista: l'analista tende ad analizzare un problema in modo sistematico e multilaterale, nonché di usare criteri oggettivi nella sua valutazione. Le persone appartenenti a questo stile cognitivo tendono ad essere logiche, coerenti e attente ai dettagli. Prima di intraprendere un'azione, gli analisti designano un piano dettagliato e richiedono più informazioni aggiuntive possibili. La loro visione del mondo è quella dell'ambiente logico, razionale, ordinato e prevedibile; il loro metodo preferibile di spiegare le cose è basato sulla razionalità. Questo stile è chiamato prescrittivo poiché gli analisti si focalizzano sulle attività di pianificazione e riflessione sul metodo.

Il realista ammette solo l'esistenza dei fatti. Per il rappresentante di questo stile la percezione della realtà avviene attraverso i suoi cinque sensi. Le caratteristiche del realista sono la sua concretezza e il desiderio di correggere o migliorare la situazione di cui non è soddisfatto. Cerca di avere risultati pratici e semplifica il problema per risolverlo. I realisti spesso consultano gli esperti e le persone autorevoli che rispettano per trovare una soluzione al problema. Quando discutono, le persone con lo stile prevalente realista sottolineano lo stato attuale delle cose e la disponibilità delle risorse. Questo stile cognitivo viene denominato "correttivo" per l'intento dei suoi rappresentanti di risolvere i problemi urgenti e d'attualità.

L'idealista tende a fare valutazioni globali. I rappresentanti di questo stile hanno bisogno di visionare il problema in un contesto ampio per trovare una soluzione. La particolarità di questo stile consiste in una forte considerazione dei valori e dei principi morali durante il processo decisionale. Gli idealisti tendono ad annientare le contraddizioni e a cercare le cose che accomunano i vari punti di vista. E' abbastanza facile per loro risolvere i problemi che riguardano emozioni e altri fattori soggettivi. A volte il loro desiderio di conciliazione è troppo forte e esagerato. Gli idealisti vorrebbero raggiungere un accordo a qualsiasi prezzo. Sono molto aperti alle innovazioni e alle idee diverse. Questo è uno stile ricettivo.

Lo stile cognitivo pragmatico si basa sull'esperienza personale non-mediata. Il loro modo preferito di risolvere un problema è affidarsi alle informazioni e ai dati facilmente accessibili. Il comportamento di queste persone può sembrare superficiale e incoerente. Loro vedono il mondo come un ambiente caotico, sordinato e imprevedibile; perciò i pragmatici tendono a essere impulsivi e a agire senza una programmazione. Per i rappresentanti di questo stile qualsiasi risultato, anche quello momentaneo, è importante. I portatori di questo stile sono sensibili nell'attività di identificazione di domanda e offerta. Loro sono aperti alle nuove esperienze e alle innovazioni. Sono anche capaci di trarre beneficio dalla situazione perché hanno un modo di pensare tattico, flessibilità e una grande capacità di adattamento. Questo è uno stile cognitivo adattivo.

Il rappresentante dello stile sintetico mira a creare cose nuove e originali attraverso una combinazione di idee diverse, a volte anche incompatibili. La domanda che i sintetici si pongono spesso è: "Cosa succede se..." Queste persone adorano formulare teorie e trovare incongruenze nei ragionamenti degli altri. Il sintetico tende ad esprimere le idee irrealistiche e a discutere su tutto. Loro non hanno paura di discussioni aperte e possono ogni tanto esprimersi in modo scioccante per altre persone. Sono maestri nell'evitare compromessi immotivati. Questo è uno stile cognitivo teorico: i sintetici fanno notare agli altri le caratteristiche concettuali del problema.

Useremo nel nostro secondo esperimento il questionario adattato da Alexeev e Gromova (1993) ritrovabile nell'appendice.

3. Parte sperimentale

3.1 Primo esperimento

3.1.1 Introduzione

Una delle più grandi sfide della democrazia post-moderna è colmare il divario tra i cittadini e le istituzioni. Secondo alcuni ricercatori, uno dei modi per farlo è usare internet in modo creativo. Il ruolo di questo nuovo medium nella vita politica rimane oggetto di discussione, con alcuni studiosi che vedono internet come strumento capace di migliorare pubbliche comunicazioni e arricchire democrazia, e gli altri che sottolineano gli aspetti negativi del suo utilizzo nell'ambito politico. Quello che unisce gli autori è l'idea che il nuovo mezzo di comunicazione sta cambiando la nostra percezione della politica. Nella parte teorica del presente lavoro, abbiamo analizzato il modello *online* dell'elaborazione dei dati, nonché i contributi della teoria dell'intelligenza emotiva. Avendo a disposizione questo studio, cerchiamo di fornire una nuova interpretazione ai risultati dell'esperimento condotto all'Università di Bologna nell'anno 2010. L'intero articolo riguardante il presente esperimento è stato pubblicato sul sito del convegno "*Leadership: new trends in political communication*" presso l'Università LUISS, Roma, a maggio 20-21, 2011¹⁰⁰.

L'oggetto della nostra ricerca è stato l'impatto di internet sulle decisioni del voto degli studenti Italiani, con esempi tratti dalla campagna elettorale al Parlamento Europeo del 2009.

Lo scopo dell'esperimento è stato analizzare il modo in cui gli studenti Italiani percepiscono i messaggi politici dei candidati alle elezioni al Parlamento Europeo. Abbiamo selezionato due messaggi dei politici: il messaggio dell'ex Primo Ministro, nonché leader del partito di centro-destra Popolo della Libertà (PDL) Silvio Berlusconi, e il messaggio dell'ex capo del partito di centro-sinistra Partito Democratico (PD) Dario Franceschini. In più, abbiamo incluso nel nostro esame il messaggio sullo svolgimento generale delle campagne elettorali in Italia presentato dal giornalista e *opinion leader* Roberto Saviano.

L'obiettivo iniziale è stato rintracciare le differenze nel modo in cui i discorsi ufficiali e informali politici si differenziano. Però, in base ai nuovi risultati nell'ambito della psicologia politica, possiamo aggiungere come ulteriori obiettivi del nostro esperimento quelli di verificare l'impatto dell'ansia sulla scelta del voto degli elettori e accertare l'influenza di conoscenze sul comportamento elettorale.

Prima di parlare delle caratteristiche dei siti web di ciascun partito da cui è stato tratto il messaggio, vorrei presentare un breve riassunto dei partiti Italiani che hanno partecipato alle elezioni europee del 2009.

¹⁰⁰ http://mediaresearch.files.wordpress.com/2011/07/cmcswp_0311p3.pdf

3.1.2 Outline dei partiti politici Italiani durante le elezioni al Parlamento Europeo del 2009

Le elezioni europee destinate a scegliere 72 membri Italiani del Parlamento Europeo sono state svolte sabato 6 e domenica 7 giugno 2009. Erano negli stessi giorni in cui si sono svolte le elezioni locali in più di 4000 comuni e 73 province italiane. Di solito le elezioni in Italia si svolgono la domenica e nella prima parte del giorno di lunedì, ma quella volta le elezioni sono state anticipate. Il Ministro dell'Interno di allora Roberto Maroni ha spiegato questo fatto con la necessità di ridurre i costi della pubblica amministrazione che, in caso dello svolgimento ordinario, sarebbero stati nettamente superiori. Accidentalmente, questo nuovo procedimento ha permesso all'Italia di conformarsi alla pratica comunitaria, visto che a livello continentale le elezioni europee si sono sempre svolte il giorno di domenica per riuscire ad avere il risultato generale il prima possibile, ricevendo in contemporanea gli esiti provenienti dai diversi paesi.

Le elezioni italiane si sono tradotte nella vittoria di Silvio Berlusconi: il suo partito, PDL, ha vinto 29 seggi nel Parlamento Europeo. L'alleato di Berlusconi, il partito d'estrema destra Lega Nord ha vinto nove seggi, portando così il numero della sua coalizione nel Parlamento Europeo ai 38 parlamentari.

Il partito d'opposizione che analizziamo qui, PD, guidato da Dario Franceschini, ha vinto 21 seggi nel Parlamento Europeo; a questo possiamo aggiungere un seggio vinto dal partito del Sud Tirolo, Südtiroler Volkspartei (SVP), il quale ha formato coalizione con il PD. Un altro partito d'opposizione, l'Italia dei Valori (IdV) di Antonio Di Pietro ha ottenuto sette seggi. Il partito del centro che si posizionava come avversario di Berlusconi, Unione di Centro (UdC), ha vinto ottenuto cinque seggi, portando così il numero dei parlamentari europei in opposizione al premier ai 34. È peculiare, però, che alcuni degli oppositori di Berlusconi a livello nazionale, UDC e SVP, dopo aver vinto ottenuto i seggi sono entrati insieme al PDL a fare parte della stessa coalizione nel Parlamento Europeo – il Partito Popolare Europeo (*the European People's Party, EPP*).

3.1.3 Base teorica sottostante la parte sperimentale del primo esperimento

Il quadro analitico del presente progetto è basato sul concetto di persuasione come presentato nella bibliografia italiana. Abbiamo scelto questo concetto perché è uno dei modi per evidenziare il cambiamento negli atteggiamenti degli elettori, come sostengono gli autori della teoria dell'intelligenza emotiva. Un esempio dell'uso applicato della persuasione è la retorica politica la quale può contenere l'emozione stimolo del cambiamento – l'ansia (Marcus et al data).

Secondo Pirovano, la persuasione come abilità di influenzare altre persone è basata su determinati "principi di dinamica persuasiva"¹⁰¹. Alcuni di questi principi sono:

- Il principio di contrasto: quando noi confrontiamo due cose relativamente diverse l'una subito l'altra, la differenza tra loro appare più evidente;

¹⁰¹ Pirovano 2001: 67-75.

- Il principio di ricambio: se una persona riceve un favore, anche insignificante, è propensa a ricambiare questo favore;
- Il principio di coerenza: è probabile che un soggetto scelga un prodotto (una persona) se l'ha già fatto in passato;
- Il principio della pressione del gruppo: un soggetto probabilmente sceglierà un prodotto (una persona) se lui (lei) sa che il suo gruppo rappresentativo l'ha fatto (confronta con le ricerche sui sondaggi).

Uno degli obiettivi di questo esperimento è stato paragonare l'impatto delle due forme della presentazione del discorso politico: la forma audiovisiva e quella scritta. La forma audiovisiva corrisponde ai messaggi su internet; la forma scritta è la nostra trascrizione di questi messaggi.

Le ipotesi iniziali si basano sulla teoria di principi persuasivi di Pirovano, e sono:

- 1) Se il messaggio è costruito con l'aiuto dei principi persuasivi, è probabile che influenzi le persone in modo positivo;
- 2) La forma audiovisiva supererà quella scritta per il volume dei voti raccolti dal messaggio preferito.

3.1.4 Siti web e messaggi analizzati

Per investigare il discorso politico online durante la campagna elettorale europea, abbiamo scelto due siti di partiti diametralmente opposti. Il primo sito appartiene al Popolo della Libertà (PDL), il partito di centro-destra guidato da Silvio Berlusconi, e il secondo al partito di centro-sinistra Partito Democratico (PD), il cui leader al momento della campagna era Dario Franceschini. Una settimana prima delle elezioni sul sito web del PDL è apparso il messaggio video in cui Berlusconi si rivolgeva agli elettori. A parte questo spot, non c'erano altre informazioni relative alla campagna elettorale europea (la sezione "Come votare" essendo dedicata soltanto al candidato del PDL a Roma). La pagina contenente il messaggio di Berlusconi era adibita a varie funzioni mirate alla sua diffusione, per esempio "invia ad un amico", "condividi su facebook, twitter, ecc".

L'avversario di Berlusconi, il PD, invece, ha creato un'edizione speciale del suo sito dedicata alle elezioni europee. Questa edizione conteneva rubriche come "Edizione speciale", "Aggiornamenti", "Agenda", "Materiali", "Servizi". Gli utenti del sito avevano accesso a tutti i materiali della campagna elettorale, incluso il programma del partito scritto appositamente per le elezioni europee, nonché gli spot audio-visivi quali sono apparsi in televisione e in radio. In più, si potevano seguire gli aggiornamenti sulle elezioni sul portale internet televisivo del PD – www.youDEM.tv.

Le informazioni sulle donazioni sono apparse tre volte in questa edizione del sito. Il messaggio elettorale del leader Dario Franceschini è uscito in quest'edizione ma più tardi è scomparso dal sito ufficiale del partito. In seguito, abbiamo potuto riascoltarlo e recuperarlo dall'archivio del www.youtube.com. Il numero delle visioni del messaggio di Berlusconi su youtube.com era 258,

mentre quello relativo al messaggio di Franceschini ammontava a 87.457 (i dati disponibili per il 13 aprile 2011).

A parte le figure politiche, abbiamo deciso di includere nel nostro esame un monologo su come si svolgono generalmente le elezioni in alcuni parti d'Italia presentato dal giornalista *opinion leader* Roberto Saviano. Questa scelta è spiegata dalla nostra intenzione di studiare i migliori esempi retorici e paragonare il loro impatto sugli elettori. Inoltre, ci è sembrato opportuno espandere le frontiere del discorso ufficiale dei partiti e includere un rappresentante della cittadinanza italiana. Visto lo scontento generale degli elettori Italiani e una crescente popolarità dei movimenti di piazza, è divenuto di primaria importanza per noi comprendere e spiegare i motivi di questa situazione attraverso l'analisi dei messaggi lanciati dai leader informali, come Saviano. Il discorso di Saviano è stato presentato inizialmente nel programma televisivo "*Vieni via con me*" il 28 novembre 2010, ed era dedicato all'argomento di anti-mafia e anti-corrruzione durante le campagne elettorali in Italia. Abbiamo recuperato una copia di questo messaggio nell'archivio del sito <http://www.youtube.com>.

Tutti i messaggi audio-visivi avevano la stessa lunghezza – più o meno due minuti. I soggetti dovevano guardare (leggere) i messaggi una volta; dopodiché dovevano completare il questionario in 30 minuti.

3.1.5 Metodo

3.5.1.1 Soggetti

Al presente esperimento hanno partecipato 95 studenti Italiani, di cui 63 erano donne e 32 uomini. Stanno studiando per una laurea in discipline umanistiche; la loro età varia dai 19 ai 23 anni.

La maggior parte degli studenti (96%) ha conseguito la laurea di primo livello nei vari ambiti delle scienze umanistiche; la percentuale degli studenti di scienze economiche è 4%. Gli indirizzi di studio umanistico includevano lingue e letterature moderne, scienze sociali, antropologia, politica e relazioni internazionali e teatro.

Il numero dei partecipanti all'esposizione scritta del messaggio risale a 59 (65% del campione), mentre i soggetti che sono stati esposti al messaggio audio-visivo sono 36 (35% del gruppo complessivo).

3.5.1.2 Materiale e Procedura

Oltre al questionario sono stati utilizzati i materiali riportati in Appendice.

Questionario.

Il nostro questionario consiste di due parti. Nella prima parte, i soggetti dovevano leggere o ascoltare i tre messaggi e rispondere alle domande a ciascun messaggio. Le domande si riferivano ai passaggi nei discorsi, nei quali, secondo noi, era possibile rintracciare i 'principi di dinamica persuasiva' di Pirovano. Per esempio, "Quando sentite menzionare una vostra eventuale scelta

precedente a favore dell'oratore, sentite desiderio di essere coerente ed appoggiarlo di nuovo?" I soggetti dovevano rispondere sì o no.

Nella seconda parte dell'esperimento, dopo l'esposizione ai messaggi, i soggetti dovevano rispondere alla domanda: "Quale messaggio consideriamo il più (il meno) credibile?" e fornire le loro spiegazioni (in un minimo di 12 righe).

Le domande relative ai messaggi personali dei politici sono state proposte per provare l'ipotesi sul funzionamento dei principi persuasivi, come abbiamo accennato prima, perché siamo riusciti a trovare esempi nei testi sia del PDL, sia del PD, che sembrano illustrare perfettamente il concetto di Pirovano. Invece, nel monologo dello scrittore Saviano non siamo riusciti a rintracciare la presenza di questi principi, perciò abbiamo elaborato domande diverse che si basano sull'analisi del comportamento multimodale dell'oratore (le strategie del discorso, mimiche e la gestualità).

L'intero disegno dell'esperimento e i testi dei messaggi sono ritrovabili nell'Appendice.

3.5.3 Analisi della risposta all'esposizione ai messaggi

3.1.5.3 a Analisi statistica

L'analisi della risposta ai messaggi audio-visivi non ha dimostrato differenze nella qualità del feedback provenuto dalle donne e dagli uomini. Nel campione femminile, il favorito è stato Roberto Saviano che ha ottenuto il 67,7% dei voti; Dario Franceschini ha ottenuto una risposta positiva dal 30% delle donne, mentre Silvio Berlusconi ne ha ottenuto soltanto 2,3%. Nel campione maschile, la situazione è uguale, con Saviano vincitore, seguito da Franceschini, mentre Berlusconi perde nettamente.

La posizione degli oratori nella classifica studentesca rimane uguale, quando i messaggi sono presentati nella modalità scritta. Però le percentuali del voto relativo a ciascun candidato e specialmente a Saviano cambiano. Il messaggio di Saviano ottiene il 56% dei voti, quello di Franceschini – il 27%, mentre la versione scritta del messaggio di Berlusconi ottiene il 17%. Secondo noi, questo è accaduto perché nella versione scritta non c'è stato riferimento ai personaggi politici; benché nel caso dei partiti gli studenti riuscissero ad indovinare gli oratori, il messaggio di Saviano è rimasto anonimo e non ha evocato un feedback così marcatamente positivo, come nella sua versione audio-visiva.

Nel messaggio audio-visivo di Berlusconi, l'unica domanda che ha creato una leggera incertezza nel pubblico è stata: "Quando sentite menzionare una vostra eventuale scelta precedente a favore dell'oratore, sentite desiderio di essere coerente ed appoggiarlo di nuovo?" Soltanto il 17% dei partecipanti, di cui l'11% sono uomini e il 6% sono donne, hanno risposto di sì, sentendo probabilmente una forte contraddizione tra il bisogno di essere coerenti e l'insoddisfazione rispetto all'oratore. La stragrande maggioranza dei partecipanti, ovvero il 92% dei soggetti (53% di uomini e 39% di donne), ha risposto negativamente alle domande relative al "ricambio dell'affetto" con Silvio Berlusconi e alla possibilità del voto per il PDL in base alla presunta identità sociale. Questi dati non ci permettono di confermare le ipotesi iniziali sull'efficacia di tali "principi di dinamica

persuasiva”, come il principio di ricambio e il principio di pressione del gruppo, nel caso del messaggio audio-visivo di Silvio Berlusconi.

Nella sua versione scritta, il 36% delle donne hanno dato valore positivo al principio di coerenza, rispondendo di sì alla domanda sopra menzionata; mentre il numero degli uomini che hanno appoggiato questo principio è minore di più di tre volte ed è l'11%. Come accade con il messaggio audio-visivo, i principi di ricambio e di pressione sociale falliscono nel raccogliere i voti degli elettori a favore dell'ex-premier.

Nel messaggio audio-visivo di Dario Franceschini, il 14% delle donne ha sentito la necessità di essere coerente e di rispondere di sì alla domanda: “Quando sentite menzionare una vostra eventuale scelta precedente a favore dell'oratore, sentite desiderio di essere coerente ed appoggiarlo di nuovo?”. La domanda che ha raccolto il maggior numero di risposte positive si basa sull'identificazione sociale, in particolare, familiare: “Quando apprendete che l'oratore condivide i valori “delle nostre madri e dei nostri padri”, sentite desiderio di conformare i vostri comportamenti e valori a quelli dei vostri famigliari?” I partecipanti che hanno risposto positivamente a questa domanda sono 33%, di cui il 19% sono donne e il 14% sono uomini. Comunque, queste percentuali troppe basse non ci permettono di affermare l'efficacia dell'uso dell'identificazione sociale come strumento di orientamento degli elettori verso la scelta del voto.

Nella versione scritta del messaggio di Franceschini, la domanda sulla coerenza ha ottenuto il 55% delle risposte positive. La domanda sull'identificazione sociale ha ricevuto il 38% delle reazioni a favore.

Nel messaggio audio-visivo di Saviano, secondo le donne, i punti più forti sono la sua mimica e gestualità, nonché la condivisione delle sue esperienze personali con gli spettatori. Anche il suo modo di rivolgersi al pubblico, dandogli del “tu”, è stato considerato positivo dalla maggior parte delle donne, ma ad alcune di loro questo modo di rivolgersi è sembrato troppo *casual*. Invece, il campione maschile ha accettato ed ha apprezzato tutte le tecniche della comunicazione di Saviano, inclusa quella della modalità informale.

Nel messaggio scritto, al posto di chiedere ai partecipanti di valutare la mimica e gestualità di Saviano, abbiamo posto la domanda seguente: “Secondo Lei, questo messaggio è credibile?” La maggior parte dei rispondenti (72%) hanno dato la risposta negativa; il 14% dei soggetti non hanno fornito nessuna risposta, e il 14% del campione restante hanno detto di sì.

3.1.5.3 b L'analisi qualitativa

L'analisi qualitativa delle risposte ha mostrato che la maggioranza dei partecipanti considera il messaggio audio-visivo di Roberto Saviano come quello più credibile. Il messaggio meno credibile appartiene a Silvio Berlusconi, mentre quello di Dario Franceschini si posiziona come via di mezzo, con la tendenza, specialmente presso le donne, ad avvicinarlo a Berlusconi per quanto riguarda la direzione di credibilità.

I motivi delle donne per cui il messaggio audio-visivo di Saviano è credibile possono essere suddivisi nei gruppi seguenti esposti qui nell'ordine di maggior occorrenza:

Tabella. Le motivazioni delle scelte di voto per Saviano: donne

Motivo (donne)	Verbalizzazione
Corrispondenza del messaggio ai fatti	“Parla di cose vere”.
Intento sociale dell’oratore	“Saviano non è politico...Agisce perché ha un profondo senso di responsabilità sociale e non i motivi egoistici per raggiungere scopi personali”.
Immagine come scrittore e giornalista credibile	“Lui è una persona seria che analizza scrupolosamente ogni argomento di cui si tratta nei suoi programmi”.
Rispecchiamento del mondo interno, dei pensieri e emozioni del pubblico	“Sembra che lui capisca tutto ciò che sento e penso”.
Affrontare il problema	“Saviano vuole denunciare le cose che non vanno bene”.
Instaurare un rapporto personale con il pubblico	“Cerca di essere allo stesso livello con gli ascoltatori”.
Semplicità e chiarezza del discorso	“Lui parla della situazione esistente in maniera semplice e chiara”.
Assenza degli attacchi <i>ad personam</i>	“Non c’è discorso che vuole mettere l’avversario in luce negativa”.

I motivi per cui i partecipanti uomini hanno creduto il messaggio audio-visivo di Saviano sono i seguenti (esposti qui nell’ordine di priorità):

Tabella. Le motivazioni della scelta di voto per Saviano: uomini

Motivi	Verbalizzazione
Instaurare un rapporto personale con il pubblico	“Saviano si muove mentre parla e questo, secondo me, coinvolge lo spettatore”.
Intento sociale dell’oratore	“Saviano è fuori (almeno apparentemente) dalla scena politica italiana”.
Immagine come scrittore e giornalista credibile	“Lui ha un passato che parla per lui”.
Semplicità e chiarezza del discorso	“E’ l’unico oratore che denuncia in maniera chiara e

	diretta il mondo socio-politico che ci circonda”.
Rispecchiamento del mondo interno, dei pensieri e emozioni del pubblico	“Il suo discorso così appassionato riflette i miei pensieri”.
Corrispondenza del messaggio ai fatti	“(Saviano) fa vedere come stanno veramente le cose e conferma i nostri sospetti”.
Affrontare del problema	“Rivela i problemi che di solito sono minimizzati”.
Includere l’esperienza personale nel discorso	“Parla della sua esperienza personale”.

I motivi per cui le donne sono diffidenti dei messaggi dei politici, specialmente di quello di Berlusconi, sono presentati nella tabella che segue.

Tabella. Le motivazioni del voto contro i politici: donne

Motivi	Verbalizzazione
Rifiuto della persona	“Non mi identifico con Berlusconi”.
Assenza dei fatti nel contenuto del messaggio	“Tante belle parole ma pochi fatti”
Distanza tra il politico e gli spettatori	“Sembra di distanziarsi dai cittadini nel suo ruolo istituzionale” (commento nei confronti di Dario Franceschini). “E’ molto distante dagli ascoltatori, e anche se ha un modo educato di presentarsi, è troppo invadente” (di Silvio Berlusconi).
Probabile falsità del politico	“Lui pubblicizza azioni e cose che non sono mai state fatte” di Silvio Berlusconi).
Manipolazione delle scelte del pubblico	“La sua positività è esagerata e tramite questa cerca di manipolare le scelte degli Italiani durante le elezioni” (di Silvio Berlusconi).

I motivi della diffidenza degli uomini nei confronti delle figure politiche sono ritrovabili nella tabella seguente.

Tabella. Le motivazioni del voto contro i politici: uomini

Motivi	Verbalizzazione
Rifiuto della persona	“Alla luce degli ultimi eventi in cui Berlusconi ha dimostrato la sua mancanza di rispetto per le

	istituzioni politiche Italiane con cui i cittadini si identificano, il suo messaggio sembra quello meno convincente”.
Distanza tra il politico e gli spettatori	“I politici creano la distanza tra loro e i cittadini”.
Assenza dei fatti nel contenuto del messaggio	“Sono due messaggi senza contenuti e conclusioni che assomigliano alla pubblicità sui prodotti commerciali”.
Manipolazione delle scelte del pubblico	“I politici parlano soltanto delle belle cose che hanno fatto”. “I messaggi sono stati costruiti per denigrare l’oppositore e non per rispondere ai veri problemi”.
Probabile falsità del politico	“Sta mentendo – non ha risolto il problema dei rifiuti in Campania”.
Interesse privato del politico	“I primi due messaggi sono meno convincenti perché parlano dell’interesse personale, cioè vincere la campagna elettorale”.
Insoddisfazione generale dei politici moderni Italiani	“Gli Italiani sono stanchi delle false promesse, dei voti inutili, dello spreco del denaro pubblico...Gli Italiani vogliono forze nuove in politica”.

3.5.4 Discussione dei risultati

Il nostro esperimento ha dimostrato che “i principi della dinamica persuasiva” introdotti da Pirovano, hanno un’applicazione molto limitata al discorso politico. Il fattore più importante che determina la credibilità del messaggio per il pubblico è l’immagine dell’oratore che include la sua competenza professionale e le sue esperienze personali. In generale, l’analisi ha rivelato una forte insoddisfazione dei giovani studenti Italiani verso l’elite politica del paese; sembra che essere un politico sia un motivo a priori di meritarsi scarsa fiducia, indipendentemente dall’orientamento ideologico del politico. Questa reazione diffidente e sofisticata dei giovani nei confronti dei politici è contrapposta ad una quasi sconfinata fiducia riguardo al giornalista e scrittore Saviano, nonostante il suo coinvolgimento politico. All’epoca di Berlusconi Saviano ha criticato lo status quo in Italia e ha promosso il cambiamento nella leadership dello stato. Il suo impegno è soprattutto civico ed è per questo che gli studenti si rispecchiano nelle sue parole e gli attribuiscono credibilità.

L'unico principio persuasivo che resiste l'attacco dell'impopolarità dei politici è il principio di coerenza, per il quale Pirovano intende la continuità delle azioni precedenti con quelle nel presente. Sembra che l'uso di questo principio nel discorso di Silvio Berlusconi e Dario Franceschini porti loro i voti degli studenti. Gli altri principi – il principio della pressione sociale e il principio di ricambio – non hanno prodotto gli effetti desiderati su questo campione studentesco. Secondo noi, il motivo per cui la strategia dell'identificazione con il gruppo analoga al principio della pressione sociale non ha funzionato sta nell'anticonformismo della popolazione studentesca, fenomeno che può essere considerato più ampiamente come "l'individualizzazione del voto come conseguenza dell'attenuazione dei legami di appartenenza al gruppo"¹⁰².

Abbiamo notato la convergenza delle posizioni tra i soggetti che sono stati sottoposti all'esposizione audio-visiva e quelli dell'esposizione scritta in base alla valutazione dell'ex Primo Ministro Silvio Berlusconi. Sia le donne sia gli uomini l'hanno definito come "politico falso", "uno che sa dire delle belle parole ma da pochi fatti". Contrariamente alle nostre aspettative, il politico Dario Franceschini è stato valutato solo leggermente più bravo. Invece, Saviano il cui messaggio, a differenza di quello dei politici, contiene delle verità molto scomode per gli Italiani ha raccolto la maggiore quantità di voti.

Per quanto riguarda la forma d'esposizione al messaggio, abbiamo notato il suo impatto sulla valutazione. Il discorso orale presentato su internet è inscindibile dall'immagine del parlante, e la sua accettazione o rifiuto dipende molto dalle esperienze e conoscenze degli ascoltatori sull'oratore, e anche dalla sua comunicazione non-verbale. In quest'ultimo caso, il medium è un fattore che condiziona gli atteggiamenti e la valutazione degli elettori. Nella presentazione scritta, invece, l'immagine dello speaker si colloca in secondo piano rispetto ai temi espressi nel discorso e al linguaggio usato. Questi dati confermano la presenza del fenomeno "della personalizzazione della comunicazione politica"¹⁰³, per cui si intende la prevalenza dell'impatto esercitato dal personaggio politico sugli elettori tramite la mediazione dei mass media.

L'esperimento ha permesso di evidenziare alcune differenze di genere tra gli uomini e le donne. Benché questo non fosse stato il nostro scopo iniziale, abbiamo scoperto che il genere in sé non è un fattore importante per la valutazione del messaggio. Il 95% degli uomini e delle donne consideravano credibili o non-credibili gli stessi messaggi e davano motivazioni pressoché uguali. Tuttavia le priorità che i soggetti attribuivano ai valori del discorso sono diverse (ved. Tabelle p. 54-56).

¹⁰² Bellucci e Segatti 2011: 15.

¹⁰³ Ibidem.

3.2 Secondo esperimento

3.2.1 Ipotesi

Per il secondo esperimento abbiamo formulato le seguenti ipotesi:

1. Lo stile cognitivo è un fattore mediatore del comportamento durante il voto, perciò il processo decisionale e le strategie usate dai rappresentanti degli stili diversi varieranno;
2. Le conoscenze politiche sono un fattore moderatore del comportamento dell'elettore, perciò ci aspettiamo che le conoscenze influenzeranno il comportamento degli elettori;
3. La decrescita dell'indice conoscitivo corrisponde all'aumento della quantità delle astensioni;
4. La manipolazione delle informazioni contenute nel messaggio da parte dello sperimentatore è un fattore moderatore che ha un grande impatto sul comportamento degli elettori sia italiani che bielorussi.

3.2.2 Metodo

3.2.2a Soggetti

Al presente esperimento hanno partecipato studenti di discipline umanistiche, di cui i 73 italiani e 93 bielorussi. La loro età variava dai 18 ai 27 anni. Il campione italiano era composto da 56 donne e 21 uomini; mentre quello bielorusso consisteva di 63 donne e 20 uomini. La maggior parte dei partecipanti italiani studiavano per la loro laurea del primo livello in scienze umanistiche. Tutti i partecipanti bielorussi studiavano per la loro laurea a ciclo unico in Disegno.

3.2.3b Materiale e procedura

Questionario

Il nostro questionario consisteva di tre parti. Nella prima parte, i partecipanti dovevano rispondere alle domande relative alla politica interna del loro paese e alle nozioni politiche generali. Lo scopo di questo compito era attestare conoscenze politiche dei partecipanti. Il punteggio massimo che si poteva ottenere ammontava a 24. Secondo la nostra graduatoria, il punteggio da 18 a 24 corrispondeva ad un alto livello di conoscenze politiche, da 17 fino a 12 – al livello medio, da 11 in giù – al livello soddisfacente. La seconda parte dell'esperimento apportava alcune modifiche culturali, relative al diverso paesaggio politico di ciascun paese, ma rimaneva identica nel suo disegno e nei suoi obiettivi. Lo scopo di questa parte è stato individuare gli atteggiamenti politici impliciti, cioè quelli che potevano essere dedotti senza appellarsi alle domande dirette. In uno dei compiti, i partecipanti dovevano identificare il partito a cui, secondo loro, apparteneva il candidato che ha adottato i comportamenti descritti e di valutare il loro atteggiamento verso questi comportamenti da 5 (molto positivo) a 1 (molto negativo). La valutazione dei comportamenti e l'identificazione del partito che riceveva il numero più alto degli apprezzamenti ci serviva come indice degli atteggiamenti impliciti del soggetto.

Nella seconda parte dell'esperimento, gli studenti erano sottoposti ai messaggi di due candidati al Parlamento (Europeo nel caso degli italiani e nazionale in quello bielorusso). Dopo aver letto le informazioni sui candidati e gli argomenti da loro proposti, i partecipanti dovevano indicare sul modulo del questionario, nella casella corrispondente a ogni argomento, la loro considerazione verso l'argomento espresso. Gli argomenti includevano l'Unione Europea, famiglia, sanità, istruzione, deficit del bilancio, immigrazione, tasse, giustizia, lavoro e ambiente. Gli argomenti "bielorussi" erano: la Federazione Russa, sanità, istruzione, deficit del bilancio, proprietà privata sulla terra, tasse, lotta contro criminalità e ambiente. In ciascun degli esperimenti condotti in Italia e in Bielorussia, l'atteggiamento poteva essere espresso su una scala di punteggio 5-1: da 5 (molto positivo), 4 (abbastanza positivo), 3 (neutrale), 2 (abbastanza negativo) a 1 (molto negativo).

I profili dei candidati sono stati tratti dai programmi dei due partiti opposti che per l'Italia erano il Popolo della Libertà (PDL) e il Partito Democratico (PD); per la Bielorussia abbiamo scelto il Partito Comunista (PC) e l'Unito Partito Civico (UPC). La scelta dei partiti è stata spiegata dalle circostanze politiche di ciascun paese, il principio selettivo di base era quello di trovare le forze storicamente opposte per la loro ideologia che potevano creare un polo simbolico simile a quello dei Liberali and Conservatori nel Regno Unito e Liberali e Democratici negli Stati Uniti. Per slegare una forte associazione tra il partito e il suo capo che avrebbe potuto influenzare il voto abbiamo creato i profili dei candidati inesistenti, come Ivan Rossi per il PDL e Pino Grandi per il PD; Symon Stefanovic (PC) e Marc Dalidovic (UPC). In più, abbiamo manipolato i programmi in modo tale che alcuni degli argomenti originari del programma del partito di opposizione fossero trasferiti nel profilo del candidato opposto e vice versa. Lo scopo di questo compito è stato verificare l'effetto del *partisan cue*, nonché di controllare ulteriormente le conoscenze politiche dei soggetti, cioè la loro capacità di trovare le incongruenze nei programmi, di votare e spiegare il loro voto in base a queste nuove informazioni percepite.

La terza e ultima parte dell'esperimento, presentava il questionario "Stili cognitivi" elaborato da R. Branson and A. Harrison e modificato da A. Alexeev e L. Gromova. Lo scopo di questo questionario era determinare qual era lo stile cognitivo preferito del soggetto per poter analizzare una possibile dipendenza tra lo stile cognitivo e il comportamento dell'elettore. Eravamo soprattutto interessate ai soggetti che hanno accumulato un alto punteggio nel compito riguardante le conoscenze politiche e sono riusciti a notare le incongruenze nei programmi dei candidati. Secondo una nostra ipotesi, i soggetti in questione dovevano condividere tra di loro alcune caratteristiche cognitive, per esempio, le modalità di processare le informazioni, di giudicare sugli argomenti e di prendere le decisioni di voto. Inoltre, le interviste scritte dei partecipanti che dovevano rilasciare nella seconda fase dell'esperimento per dare le motivazioni al loro voto, potevano essere una fonte del materiale analizzabile per identificare le strategie del voto usate dalle persone. Uno dei nostri più ambiziosi obiettivi era identificare le strategie del voto permettenti di scegliere un "candidato migliore" inteso come quello che corrisponde al massimo alle esigenze dell'elettore, e di contrapporre all'uso delle euristiche come *partisan cue* che, secondo alcuni studiosi, ostacolano il voto e lo rendono inefficace per l'elettore.

I questionari dell'esperimento sono ritrovabili nell'Appendice.

3.2.3 Analisi della risposta al messaggio

3.2.3.1 Analisi della risposta dei giovani elettori italiani

Durante l'esperimento, le quantità delle persone appartenenti ai diversi stili cognitivi si sono stabilite in questo modo: persone con lo stile prevalente analitico – 27; realista – 24; sintetico – 10; idealista – 8; pragmatico – 4.

Gli analitici e i realisti sono i gruppi più numerosi, nonché quelli che hanno ricevuto il punteggio più alto nella sezione “Conoscenze politiche”: 17,3 e 15,5 corrispondentemente. Il gruppo che ha ottenuto il punteggio più alto nel settore “Conoscenze politiche” è composto degli analitici, e questo ci sembra logico per una predisposizione “naturale” dei rappresentanti del gruppo alle attività intellettuali e ad un'analisi completa e critica delle informazioni percepite. L'indice conoscitivo dei sintetici risale ai 15,4 punti; mentre quei dei gruppi più piccoli, idealisti e pragmatici, corrispondono ai 13,8 e 11,3 punti. Questi dati indicano che gli analitici, ovvero il 37% del campione, hanno un buon livello delle conoscenze politiche. Gli altri tre gruppi: realisti, sintetici e idealisti, ovvero il 58% del campione – rientrano tutti nella categoria delle persone con conoscenze medie; mentre i pragmatici (5%) esibiscono una conoscenza di livello soddisfacente. Quindi, la maggior parte dei soggetti che dettano il risultato delle elezioni hanno il livello buono e medio delle conoscenze politiche generali.

Abbiamo introdotto il termine “stabilità degli atteggiamenti politici impliciti” qui inteso come corrispondenza tra le preferenze implicite (esposte nel compito 2B) e il voto. In altre parole, nella prima parte di questo compito sperimentale, se la persona attribuisce un punteggio maggiore ad un candidato senza sapere a quale partito egli appartiene, allora emergono gli atteggiamenti impliciti del soggetto sperimentale da lui attribuiti a questo candidato e al partito dal cui programma provengono gli estratti utilizzati come materiale. Nella seconda parte del compito in questione, il soggetto deve effettuare una scelta di voto. In questo caso, se il soggetto vota in modo contrapposto ai suoi atteggiamenti impliciti identificati prima, viene definito soggetto instabile. Se il rispondente ha atteggiamenti misti, lo si definisce come soggetto potenzialmente instabile.

Ci soffermeremo sull'analisi della stabilità in ciascun gruppo degli stili cognitivi, analizzando lo stile prevalente. Adesso ci limitiamo soltanto a dire che il primato della stabilità appartiene ai realisti con solo 16,7% dei “cani sciolti”. Il gruppo più potenzialmente instabile è composto dagli idealisti, di cui il 60% sono elettori che vacillano; il gruppo più instabile è composto dai pragmatici, di cui 75% dei soggetti votano contrariamente alle loro preferenze politiche. Se la stabilità degli atteggiamenti politici è l'indice del *partisan cue*, allora potremmo constatare che il gruppo più leale verso il proprio partito è quello costituito dai realisti. Sull'altro polo, invece, si trovano i pragmatici. Questa polarizzazione nell'ambito della stabilità degli atteggiamenti è ritrovabile nell'antitesi dei gruppi più e meno sofisticati politicamente: i realisti sono il gruppo con il secondo indice conoscitivo più alto, mentre gli idealisti e i pragmatici occupano le ultime due posizioni. Possiamo dire preliminarmente che i dati sulla stabilità confermano la nostra ipotesi n. 2 sulla dipendenza del comportamento dell'elettore dalle sue conoscenze politiche: le persone più politicamente sofisticate tendono a essere più stabili durante l'atto di votare.

Abbiamo notato una differenza tra le preferenze politiche degli studenti italiani e le loro decisioni del voto. La maggior parte dei soggetti preferiscono il centro-sinistra (PD) – circa 58%; circa 30% dei soggetti hanno preferenze miste e meno di 10% prediligono il centro-destra (PDL). Tuttavia, quando viene loro chiesto di votare i giovani italiani danno meno voti al PD rispetto alle loro preferenze implicite – 54%, mentre i voti per il PDL salgono al 18%, probabilmente grazie all’aggiunta delle persone con preferenze miste che hanno votato l’argomernto (usando la strategia del *program cue* – il termine che abbiamo introdotto per il presente lavoro come sinonimo di *issue voting*¹⁰⁴). In particolare, i “cani sciolti” hanno usato un argomento specifico – immigrazione – come chiave per votare, ciò ci permette di categorizzare questo punto come simbolico per l’elettorato italiano – simbolico nel senso che la posizione del candidato su questo argomento durante le elezioni ha deciso il risultato del voto a suo s/favore. Gli altri argomenti che sembrano guadagnare possibilità di diventare simbolici nel contesto italiano sono ambiente e diritti degli omosessuali; però non possiamo affermare che, come con l’argomento immigrazione, la posizione del partito (candidato) su queste tematiche abbia un impatto sul risultato del voto.

Analisi della risposta degli analitici italiani

Analizzeremo ora come hanno votato i rappresentanti dei diversi stili cognitivi nel campione italiano, cercando di identificare le strategie usate da questo gruppo con l’indice conoscitivo più alto. Nel gruppo analitico le percentuali degli elettori sono divise in seguente modo: sofisticati – 33%; gli “elettori media” – 62,5%; “apolitici” – 4,5%.

Abbiamo trovato che gli analitici, essendo il terzo gruppo più stabile dopo i realisti e i sintetici, presentano il 54% dei soggetti con preferenze politiche stabili; 38% - potenzialmente instabili che chiameremo “indecisi”¹⁰⁵; gli analitici instabili sono 8%.

A parte gli indecisi a cui piacciono alcune cose del PD e altre del PDL, la maggioranza in questo gruppo propende verso il centro-sinistra e conseguentemente vota il PD. Alcune persone hanno preferenze forti verso il centro-destra e votano senza esitazione il PDL. In generale, gli analitici votano usando la strategia del *partisan cue*, cioè la lealtà verso il partito per cui votano di solito. Come possiamo vedere dagli esempi, gli elettori danno motivazioni del voto che sono slegate da un preciso punto programmatico; anzi, il programma per loro è solo uno spunto per esprimere le convinzioni profonde che le persone possiedono già. Questo corrisponde al comportamento dei partigiani politici che usano il nome del partito come indicazione del voto; la loro motivazione si basa raramente sui punti programmatici del candidato e assomiglia ad un’improvvisazione sul programma dato.

Il vocabolario degli analitici – “partigiani” trasmette l’idea dell’appartenenza al partito attraverso le espressioni seguenti: “sentirsi vicino agli ideali professati”, “avere le idee simili alle mie”, “avere coerenza con gli ideali del partito”, “riflettere lo schieramento politico”, “essere rappresentato pienamente dal un candidato”, “avere una propensione naturale verso il candidato”.

¹⁰⁴ Bellucci e Segatti 2011: 21.

¹⁰⁵ Barisione et al. in Belucci e Segatti 2011: 364.

I punti positivi dei candidati (qui li chiameremo “valori positivi”) che vengono apprezzati dalla maggioranza degli analitici italiani sono trasmessi nelle parole e nelle espressioni: “produttività”, “concretezza e determinazione particolarmente fervide”, “essere aperto alla novità (al cambiamento)”, “rinnovare il sistema (scolastico)”, “riformare”, “riorganizzare il sistema (giudiziario)”, “tagliare le spese”, “avere una visione futurista”, “cercare di non escludere radicalmente un’idea”, “garantire laicità dello stato”, “garantire pratica e diritti di coppia non eterosessuale”, “salvaguardare il lavoro e l’istruzione”.

I valori degli analitici del centro-destra sono: “dare il valore alla famiglia, al matrimonio, alla tradizione italiana”, “conservare “l’idea dei padri fondatori”, “l’identità di uno stato si basa sulla sua tradizione e la sua storia”, “l’immigrazione si sta mostrando un problema”, “un costo elevato per il mantenimento dei migranti”, “tagliare i costi”.

Il pensiero degli analitici sul tema “immigrazione viene descritto attraverso le espressioni, come “attuare delle strategie per favorire l’integrazione”, “opporsi alla proposta del PD in fatto di immigrazione”, “considerare gli emigrati come una risorsa da poter sfruttare nel beneficio della nazione”, “creare un paese multietnico”, “globalizzazione”, “l’immigrazione è positiva e aiuta il rialzo economico dello stato”, “diventare un villaggio planetario”, “essere aperto alle altre culture” (a cui vengono contrapposti “I valori del centro-destra”). Riportiamo le testimonianze delle persone con lo stile cognitivo analitico:

1. (A+P; 18¹⁰⁶): “Ho scelto il candidato del PD (voto 4) perché **mi sento più vicino agli ideali professati** da questo candidato che **riflette il mio schieramento politico** e ha coerenza con gli ideali di centro sinistra”;
2. (A+S; 17): “Nessuno dei due candidati soddisfa quello che sono le mie aspettative, dovendo scegliere il candidato che realizzi quel che promette, non saprei cosa scegliere; **consapevole però dei partiti politici** di cui fanno parte e di quelle che di conseguenza sono le linee del pensiero urgenti; che certamente imporrebbero la realizzazione di alcune idee e promuovrebbero quella di oltre, probabilmente sceglierei il candidato Grandi (PD) per il fatto che **il mio stesso partito** si opporrebbe alle sue proposte in fatto di ambiente e **immigrazione**”;
3. (A+I; 17): “Entrambi presentano idee e soluzioni valide, ma darei il mio voto al candidato Grandi per una **concretezza e determinazione** particolarmente fervidi”;
4. (A+R; 16): “Pino Grandi, Partito Democratico. Ho scelto questo candidato solo perché mi sembra più **aperto alla novità, al cambiamento**; cosa fondamentale nel mondo odierno. Credo che oggi, davanti alle forti migrazioni, sia necessario attuare delle strategie per **favorire l’integrazione** e non il contrario. Inoltre credo sia giusto **rinnovare** il sistema scolastico”;

¹⁰⁶ Indice conoscitivo del soggetto.

5. (A+S; 15): “Pino Grandi, centro-sinistra. Sono favorevole all’idea proposta dal candidato di garantire una laicità dello stato e di **considerare gli emigrati come una risorsa da poter sfruttare nel beneficio della nazione**. Trovo repellente il pensiero del candidato di destra di non voler **garantire né pratica, né diritti di coppia non eterosessuale** e di spingere lo stato verso una singola religione, seppur predominante del Paese. Pur condividendo maggiormente alcuni punti proposti dal candidato di centro-destra rispetto a quello di centro-sinistra, per esempio, politica fiscale, ecologia, giustizia) vedo come ostacoli insormontabili gli altri punti del suo programma”;
6. (A+I; 12): “Il voto del Partito Democratico è più alto, ho scelto il candidato Pino Grandi, perché ha una **visione futurista** per l’Italia. L’Italia ha il diritto e il dovere di conservare “l’idea dei padri fondatori”, ma siamo diventando un **villaggio planetario**. Se l’Italia sceglie di non **essere aperto alle altre culture**, rimarrà un paese “chiuso”. In senso che gli altri paesi e culture saranno un mito per l’Italia. Perché gli italiani vanno negli altri paesi per studiare e lavorare? Ho scelto quel candidato perché lui non cerca di escludere radicalmente un’idea o un punto di vista. Cerca di ragionare in modo che le sue proposizioni possano essere accettati da quasi tutti”.

E’ peculiare che il 38% degli indecisi che votano usano la strategia del *program cue*, per esempio:

7. (A+R; 21): “La scelta non è stata facile, siccome entrambi i candidati propongono temi interessanti e soluzioni intelligenti ai problemi. Ho scelto Ivan Rossi per la sua **visione della società, dell’immigrazione** e per le sue politiche economiche e sulla giustizia. Fa eccezione la sua proposta per la semplificazione del licenziamento, che ritengo eccessiva e inappropriata al contesto storico contemporaneo. Positive sono invece le proposte sull’ambiente, famiglia e istruzione”;
8. (A+I,R; 18): “Voterei il candidato di sinistra perché apprezzo le scelte nell’ambito dell’istruzione e del lavoro”;
9. (A+R; 18): “Francamente non voterei per nessuno dei due perché entrambi hanno idee positive e idee pessime. Però, dovendo scegliere, voterei il candidato del Partito Democratico Pino Grandi. Lo voterei soprattutto perché vuole salvaguardare il lavoro e l’istruzione. Ma anche la lotta alla criminalità e l’integrazione degli immigrati, oggi, sono di fondamentale importanza per **creare un paese “multietnico”** e con meno problemi. Voto complessivo del candidato: 4”;
10. (A+R; 16): “Il mio voto va a Pino Grandi, perché pensa alla **globalizzazione** e non sulla fissazione del pensiero occidentale, valorizza la famiglia in modo laico e l’istruzione pubblica, con cambiamenti di rinnovazione. **L’immigrazione è positiva e aiuta nel rialzo economico dello stato**. Sono parzialmente d’accordo sulla giustizia in quanto si bisogna lottare contro la criminalità organizzata ma non si può passare l’ultimo anno ai domiciliari, soprattutto per alcune pene, e per l’ambiente bisognerebbe andare sull’ecologia non sulla privatizzazione”;

11. (A+P; 16): “Scelgo il candidato Ivan Rossi, perché le problematiche poste sono, secondo me, le più adatte al sistema italiano, per quanto riguarda innanzitutto il deficit di bilancio, in cui bisognerebbe **tagliare le spese** amministrative e pubbliche che sono veri soldi buttati via; per quanto riguarda l’istruzione, il punto messo in questione è più ambizioso, perché bisogna che tutti almeno consegnano il diploma; **riorganizzare il sistema giudiziario** è, secondo me, il punto forte di un paese, ed è per questo che in Italia bisogna assolutamente cambiarlo, visto che siamo regolati da un sistema di leggi. Un punto negativo però è che il candidato di destra si basa molto sul **sistema finanziario** e non da molta importanza al lavoro, non dei grandi imprenditori, ma giovani e piccole imprese. Comunque, mi sento di dire che **non sono rappresentata pienamente da nessuno** dei due candidati, volevo solo fare un’analisi delle mie risposte, e concludo con: **tra dire e il fare c’è in mezzo il mare**”;
12. (A+I; 15): “Scelgo Pino Grandi perché condivido maggiormente le sue idee in fatto di Unione Europea, di tasse, giustizia e lavoro, soprattutto. Non scelgo il candidato del PDL perché, nonostante le dichiarazioni a favore delle popolazioni in generale, sceglie sempre di difendere la classe degli **imprenditori**, mentendo su tutto il resto. Il candidato Ivan Rossi è favorevole alle leggi che facilitano il licenziamento, cosa che in questo periodo storico è una delle peggiori scelte possibili a livello politico. Il voto che do al candidato Pino Grandi è comunque quattro, e non 5, perché su alcune tematiche le idee sono deboli e poco sostanziali”;
13. (A+R; 14): “Pino Grandi, Partito Democratico, in quanto alle proposte presentate sembra il candidato aventi miglior proposte complessive”;
14. (A+R; 10): “Io ho scelto il primo candidato, Ivan Rossi, **non per una questione di appartenenza ad un determinato partito** come può essere quello del Popolo della Libertà, ma per le sue **idee**. In un paese come l’Italia in cui **le condizioni nelle carceri** non vengono quasi mai prese in considerazione. Ci sono stati casi in cui agenti in divisa, i quali a mio parere hanno il compito di rispettare il valore della loro divisa, hanno picchiato e malmenato i soggetti ritenuti non aggressivi per la società. Quindi mi sembra un’ottima proposta quella di prendere in considerazione questo fatto che rimane coperto agli occhi di molte persone e, se non fosse per la televisione, non se ne saprebbe nulla. In generale, le idee del signor Rossi mi sembrano **“produttive”** anche se ho dato, per alcuni aspetti, un giudizio positivo anche all’altro candidato che ritengo affidabile soprattutto per quanto riguarda la tutela delle madri lavoratrici”.

C’è stata almeno una persona che ha votato contro i suoi atteggiamenti impliciti, usando la strategia del *program cue* (i suoi atteggiamenti impliciti stanno dalla parte del PDL).

15. (A+I; 19): “Ho scelto Pino Grandi (voto 3) perché ha **più idee positive** a riguardo l’uguaglianza sociale, l’investimento e il rinnovamento dell’istituzione scolastica”.

Ci sono state anche delle persone che hanno sfruttato due euristiche: il *program cue+partisan cue*. Il loro voto riflette esattamente preferenze gli atteggiamenti politici impliciti, anche se le persone

non lo dicono espressamente, perciò noi pensiamo che in questi esempi si tratti dell'uso multiplo delle scorciatoie.

16. (A+P; 19): “Il mio voto andrebbe al candidato del PDL, Ivan Rossi, **semplicemente per le idee** che propone **non per il partito a cui appartiene**. A parte di idee infatti **sarei più propensa a votare il candidato del PD**. Ho dato invece il mio voto al candidato del PDL soprattutto per l'importanza che dà al **valore della famiglia**, al **matrimonio** ed alla **tradizione italiana**, in quanto penso che **l'identità di uno stato** si basa sulla sua tradizione e la sua storia. Sono molto d'accordo anche con la sua idea di **ridurre i costi** della politica in quanto sono una spesa enorme per il nostro stato che non viene nemmeno sfiorata dai comuni tagli che invece vengono fatti per esempio all'istruzione. Sono inoltre d'accordo con le sue idee riguarda **all'immigrazione che si sta mostrando un problema** particolarmente rilevante nella nostra società poiché un **costo elevato** per il mantenimento dei migranti. Inoltre egli dà molta importanza ai giovani. Ovviamente poi **tra il dire e il fare, come si dice, c'è di mezzo un mare**”;

17. (A+I; 11): “Sceglierei il secondo candidato anche se per vari dei punti indicati **sono in accordo o in disaccordo con entrambi**. Per quanto riguarda le idee sull'Unione Europea, la famiglia, l'istruzione, le tasse e il lavoro mi trovo **abbastanza in accordo** con il candidato e ritengo che questi siano **punti molto importanti** su cui la politica deve **focalizzarsi**. Per quanto riguarda l'ambiente **non sono d'accordo** con la privatizzazione della gestione dei rifiuti e dei servizi pubblici, lo stato dovrebbe cercare di gestire meglio entrambe le cose”.

Una rara strategia usata dalle persone analitiche più sofisticate è “fare scheda bianca” che non è il termine uguale all'astensione. Per esempio, la persona analitica con il punteggio massimo delle conoscenze politiche (qui 20 punti dei 24) ha votato scheda bianca e l'ha spiegato così:

18. (A+S; 20): “Interessandomi molto di politica italiana, ho **una propensione “naturale”** verso il candidato di sinistra (Pino Grandi in questo caso) a cui corrisponde una **forte avversione** nei confronti dell'esponente di centro destra. Il candidato di centro-sinistra ha **idee più simili alle mie** per quanto riguarda l'Unione Europea, l'istruzione, la famiglia, l'immigrazione ed il lavoro. Il deficit di bilancio, tasse, giustizia ed ambiente mi trovo più concordo con le proposte del candidato di centro-destra. Tuttavia, se questi fossero gli unici candidati, credo che **farei scheda bianca**. La simpatia naturale verso il candidato di centro-sinistra e il mio accordo di massima su alcune sue proposte **non sono sufficienti** a superare la mia contrarietà ad altri aspetti del suo pensiero: prima tra tutti, l'idea che alla privatizzazione corrisponda un servizio migliore mi trova enormemente **scettico**, sulla base dei dati di cui dispongo e della mia interpretazione degli stessi”.

In generale, la strategia più usata nel gruppo più politicamente sofisticato e il terzo gruppo più stabile è il *partisan cue* – 50%; la seconda più usata – il *program cue* con il 37% delle persone che se ne sono servite; i soggetti astenuti sono 13%.

Analisi della risposta dei realisti italiani

Il secondo gruppo più sofisticato politicamente, nonché il primo più stabile, è il gruppo realista. La percentuale dei realisti (stabili) che hanno votato in linea con i loro atteggiamenti politici impliciti è 58%; le persone con atteggiamenti misti, potenzialmente instabili, sono 29%; le persone instabili che hanno votato contro i loro atteggiamenti iniziali – 13%. La percentuale degli studenti che hanno votato il PD è 79% e quello a favore del PDL – 21%. Questo significa che 42% dei realisti hanno usato la strategia *program cue* per scegliere il candidato migliore (il 29% degli instabili più il 13% di quelli che hanno votato contrariamente agli atteggiamenti impliciti).

Le persone con un livello alto di conoscenze nel gruppo realista sono quattro (16,7%), mentre le persone “apolitiche” che hanno ricevuto 10 punti e meno sono due (8,3%). Tutte le persone politicamente sofisticate simpatizzano il candidato del centro-sinistra, ma solo la metà di loro lo vota. Vediamo ora come lo spiegano loro (le testimonianze sono solo tre perché uno studente con lo stile cognitivo realista-idealista e l’indice conoscitivo 18 (questionario no. 67) non ne ha fornito una):

1. (R+P; indice conoscitivo 21): “Scelgo (il PDL), **senza vera convinzione, con rassegnazione**. Non sono d’accordo sulla sua **visione degli immigrati**, né sulla sua politica europea, né su quella sul lavoro. D’altra parte, Pino Grandi mi pare **un parolaio**: pensare che l’Italia abbia un sistema politico/ economico solido vuol dire non **guardare in faccia la realtà**; se poi è così in salute, perché dovrebbe privatizzare le imprese pubbliche? Queste **incongruenze** sulla politica economica **mi spingono a non fidarmi** quando propone una cosa di cui sono **un fervido sostenitore**: l’innalzamento delle aliquote sulle rendite finanziarie al 20%. Lodevole poi l’intento di sconfiggere la criminalità organizzata, ma se non mi dice come...**A parole** anche Berlusconi è un paladino dell’antimafia. Non sarebbe male escludere dal Parlamento tutti i personaggi anche solo sfiorati dai sospetti di mafiosi: che prima dimostrino la loro, se c’è, innocenza, poi si candidino. Fare il parlamentare dovrebbe essere un onore, non un diritto. Per quanta riguarda l’istruzione, **non mi fido di nessuno** dei due. **Non mi faccio l’illusione** che una laurea alla Bocconi o al Politecnico di Torino sostengano la scuola pubblica. In conclusione: il mio voto è un voto rassegnato, **consapevole che sia Ivan che Pino tradiranno** non una da tutte le promesse, perché nessuno gliene renderà conto. Voto solo perché è un mio diritto e spero in un miracolo, che però non verrà di certo da PD o da PDL. Magari un voto a 5 stelle”;
2. (R+A; 20): “Ho cercato di scegliere il candidato **con il quale ho più punti d’accordo senza basarmi sul partito**” (la sua scelta è il PD ma i suoi atteggiamenti politici sono misti – IS);
3. (R+S; 18): “Pino Grandi, Partito Democratico, perché nonostante alcuni punti del suo programma che non condivido e nonostante il candidato PDL faccia alcune proposte che ritengo più vicine al mio pensiero, il candidato PD **propone più punti con i quali posso concordare**. Anche se in alcuni casi posso **concordare sull’argomento affrontato, ma non sulle metodologie proposte**”.

Come possiamo dedurre dalle testimonianze, il *program cue* è una strategia prevalente tra le persone sofisticate. Benché il primo studente chiami il suo voto “rassegnato” e in questo assomiglia molto al suo collega analitico che ha votato scheda bianca, lui basa la sua decisione sui punti programmatici del candidato. Gli altri due elettori evidenziano la strategia, dicendo di basarsi espressivamente sul programma, come nell’esempio no. 2. Comunque, le persone sofisticate si distinguono dalle altre per la loro diffidenza verso il partito e/o verso il candidato e per il desiderio di trovare un politico nella sua dimensione personale e umana, non quella del membro del partito, che potrebbe riflettere al meglio le loro idee, che sono “vicine al loro pensiero”.

Come votano gli elettori realisti della media? Per rispondere a questa domanda dobbiamo analizzare le loro testimonianze, anticipando solo che in tutti gli esempi il voto replica politiche gli atteggiamenti impliciti (negli esempi no. 7 e 10 si vota il PDL, negli altri – il PD):

4. (R+I; 17): “Il mio voto va al candidato del Partito Democratico. Trovo nelle sue argomentazioni maggiore **attenzione all’azione vera e propria** e questo è deducibile dagli esempi sempre **piuttosto concreti** (le sue intenzioni **prevedono progetti mirati**, diversamente dalle intenzioni del candidato del PDL che, spesso, rimane **molto vago**). Inoltre il candidato del PD ha ricevuto da me valutazioni più “alte” nelle **sezioni che più da vicino mi toccano**, ovvero U.E., **immigrazione**, tasse e lavoro. Non approvo però la politica del candidato del PD riguardo la giustizia”;
5. (R+A/P; 17): “Il candidato del Partito Democratico mi è sembrato **più esaustivo e descrittivo** rispetto al suo piano d’azione. E’ evidente la sua **credibilità nei confronti dei giovani**, è più **aperto al cambiamento, allo sviluppo e all’innovazione** e punta a **razionalizzare** la spesa pubblica per **ridurre gli sprechi** e **sensibilizzare** il popolo a condurre le spese con **saggezza e responsabilità**, guardando quindi al **risparmio**, al futuro. E’ propenso ad **aiutare** giovani madri e giovani imprese e a **puntare su un miglioramento** nel sistema dei trasporti, garantendo ai cittadini di tutelare i loro diritti e **rinnovare** il paese”;
6. (R+A; 17): “Scelgo il candidato del PD, poiché sembra più motivato **a riformare l’Italia**, e ha obiettivi più **concreti**”;
7. (R+I; 17): “Sceglierei il candidato Rossi in quanto **predilige valori fondati sulla famiglia e sull’importanza della nazionalità**. Inoltre tutela i lavoratori in fase di licenziamento proponendo loro aiuti **concreti**, come l’indennità di preavviso e di ricollocazione, **senza proporre teorie**, a mio avviso troppo teoriche e **poco pratiche**, come l’abolizione del precariato”;
8. (R+I; 17): “In generale entrambi i candidati offrono proposte più o meno interessanti. Ho scelto il primo (con voto 4) perché le sue proposte **rispecchiano le mie idee** più di quelle di Pino Grandi”;
9. (R+A; 16): “**Nonostante alcune incertezze e alcune idee molto vaghe** il candidato del Partito Democratico sembra **avere più interesse per il benessere della società**. E’ inoltre

piuttosto **in linea col mio pensiero** circa ai problemi del paese, anche se **manca di chiarezza** in alcuni punti”;

10. (R+I; 15): “Il primo candidato **stando alla media dei suoi voti** è il migliore”;

11. (R+A/S; 14): “Tra i due candidati preferisco scegliere Pino Grandi del Partito Democratico in quanto **rispecchia ciò che vorrei dall’Italia** nella maggior parte dei casi, tranne per un punto che tratta la questione della giustizia. Non sono d’accordo perché non si risolve il problema dei carceri affollati facendo tornare a casa il detenuto solo perché il carcere è affollato. Sono del parere che chi ha commesso il reato ne paghi le conseguenze fino alla fine. Per il resto sono del tutto favorevole al candidato del Partito Democratico perché penso che potrebbe **realizzare le mie prospettive per l’Italia**”;

12. (R+P; 10): “Non ho scelto un candidato particolare, rispettivamente **mi hanno colpito** alcuni punti dell’uno e dell’altro. Penso che la differenza maggiore sia questa: il primo **candidato affronta temi più “generalisti”**, non va nello specifico dei problemi italiani, mentre il secondo **affronta dei temi più specifici** e soprattutto sono **all’ordine del giorno**, sono **problemi di attualità** come ad esempio, l’affollamento nelle carceri, l’inquinamento, il licenziamento ecc. Il primo ha un punto di vista più “classico”, il secondo lo vedo più adatto alla nostra **attuale situazione italiana**”.

Il comportamento dei realisti può essere descritto attraverso i valori dell’autosufficienza, consapevolezza e criticità verso il mondo esterno: “guardare in faccia la realtà”, “non fidarsi”, “non farsi l’illusione”, “essere consapevole”, “avere più punti in accordo senza basarsi sul partito”, “concordare sull’argomento affrontato, ma non sulle metodologie proposte”.

Per i realisti è molto importante costruire un rapporto quasi tangibile con il candidato. Esso viene espresso dal valore positivo che i soggetti attribuiscono alla sintonia tra l’elettore e il candidato attraverso le espressioni, come “rispecchiare” le idee dell’elettore, “essere in linea con il pensiero” dell’elettore, avere attenzione alle “sezioni che più da vicino” lo toccano, “essere colpito da un punto”.

Il valore della concretezza è insuperabile nel gruppo dei realisti per il numero dei riferimenti a questo concetto e ai concetti affini, per esempio, “concretezza”, “avere obiettivi concreti”, “proporre aiuti concreti”, “essere esaustivo e descrittivo” (come antonimo a “essere vago”), “prevedere progetti mirati”, “affrontare dei temi specifici (all’ordine del giorno, problemi di attualità)”, “essere adatto all’attuale situazione italiana”.

Un altro valore positivo, secondo i realisti, è la personalità del candidato, i tratti caratteristici come, per esempio, “attenzione all’azione vera e propria”, “saggezza”, “responsabilità”, “apertura al cambiamento (sviluppo, innovazione)”, “interesse per il benessere della società”, “credibilità nei confronti dei giovani”.

I verbi che portano per i realisti il valore positivo esprimono l’idea di rendere migliore la realtà esistente, per esempio, “sensibilizzare”, “riformare”, “rinnovare”, “razionalizzare”, “ridurre gli sprechi”, “puntare su un miglioramento”.

I realisti descrivono così gli svantaggi del candidato: “È un parolaio”, “ha incongruenze”, “è molto vago”, “propone teorie (idee) molto vaghe”, manca di “chiarezza e praticità”, “è troppo generico”, “affronta temi più generali”.

I valori dei realisti del centro-destra includono anche il “prediligere valori fondati sull’importanza della famiglia”.

Il pensiero dei realisti sul tema immigrazione è ambivalente: da un lato, l’atteggiamento del candidato del centro-destra evoca il disaccordo, dall’altro ci sono le persone a cui piace il suo “prediligere valori fondati sull’importanza della nazionalità”.

E’ comunque alta la percentuale delle persone che votano secondo il *partisan cue*, ed essendo un gruppo studentesco presso l’Università di Bologna, la cosiddetta “zona rossa” in Italia, è comprensibile perché la maggior parte di loro vota il centro-sinistra. Però, la situazione con l’8,5% del voto portato via dal candidato del centro-destra dalla quale abbiamo cominciato la nostra analisi dei realisti potrebbe essere data all’impatto dell’effetto manipolatorio sulla scelta del voto.

Se noi paragoniamo la strategia degli elettori della media a quella dei sofisticati possiamo vedere che il punto che accomuna tutti e due è il desiderio di trovare il candidato in cui “rispecchiarsi”. Però mentre i sofisticati sono diffidenti e analizzano criticamente i programmi proposti, gli elettori comuni tendono a fidarsi della retorica che illustra i loro valori.

In generale, la strategia più usata nel secondo gruppo più stabile è il *partisan cue* – 54% (contro il 50% nel gruppo degli analitici); la seconda più usata – il *program cue* con il 33% delle persone che se ne sono servite (versus il 13% nel gruppo analitico); i soggetti astenuti sono 13%, uguale ai loro colleghi con lo stile cognitivo analitico.

Analisi della risposta dei sintetici italiani

I sintetici sono il terzo gruppo nella graduatoria delle conoscenze politiche e il secondo gruppo più stabile, con il 56% degli elettori che votano secondo i loro atteggiamenti impliciti; la percentuale delle persone potenzialmente instabili è uguale a quella degli instabili - 22%.

Dal primo sguardo sui valori degli indici e sulle strategie di voto dei sintetici ci si accorge che sia la persona più sofisticata (indice conoscitivo 19) che quella nella media (indice uguale a 13) usano la stessa strategia – astensione dal voto.

1. (S+I; 19): “Io, nonostante abbia valutato attentamente entrambi i candidati, **non mi sento di scegliere** fra nessuno dei due perché leggo, nel loro programma, delle **forti incoerenze di fondo** che mi spingono a “cercare” un terzo candidato”;
2. (S+I; 16): “Ritengo che il quasi pareggio dei sia comprensibile, **entrambi** propongono aspetti positivi e negativi, quello che posso osservare è che il candidato Rossi (PDL) ha preso un 1 e il candidato Grandi non ha, ma il candidato Grandi ha preso ben due volte 2. A questo punto credo che non sceglierei nessuno dei due, in quanto il candidato Grandi sia preferibile, dal mio punto di vista; ma nella materia di ambiente che mi sta più a cuore il candidato Rossi si è distinto, cosa che **complica moltissimo la mia visione**”;

3. (S+A; 13): “In realtà, c’è poca differenza tra i due per cui **non mi sento rappresentato** da nessuno dei due e dunque non ne scelgo nessuno. Destra o sinistra stessa ed identica battaglia”;
4. (S+I; 18): “Pino Grandi (PD). Voto complessivo 3. Ho scelto questo candidato principalmente per la **vicinanza delle sue affermazioni alle mie idee personali**. Lo stato di cose desiderato da Ivan Rossi è caratterizzato, a mio parere, da una sorte di **bigottismo cattolico** (famiglia naturale, fondamenti cristiani). Inoltre, le misure economiche proposte da Grandi, mi sembrano più propense a riparare le lacune del sistema nazionale, in questo momento danneggiato dalla crisi”;
5. (S+I; 16): “Per le idee qui elencate, in molti punti mi trovo a favore con il candidato del PDL, ma andando a votare un candidato **a rigor di logica** vado per il partito, poiché: la mia ideologia è molto lontana dai principi che sono portati avanti dal PDL, voterei il candidato del PD. Penso che purtroppo **entrambi i candidati abbiano buoni pensieri** chi per una cosa chi per un’altra, ma **il partito di provenienza influisce sulla mia scelta** in quanto chi andrà al potere sarà poi influenzato dal partito stesso di cui esso fa parte. Il mio voto dunque lo do al candidato del PD, Pino Grandi”;
6. (S+I; 16): “In base ad una minima preferenza (28 punti contro 24) voterei il candidato del PD, in quanto porta avanti le proposte che mi sembrano **meno negative**, rispetto a quelle del candidato PDL, seppur di poco. **Alcune delle argomentazioni del candidato PD non mi sono sembrate giuste**, ma **l’indice di gradimento** per questo candidato è comunque maggiore rispetto all’altro. Inoltre le argomentazioni del candidato PD per cui ho espresso **maggiore positività**, sono di vitale **importanza per lo stato**”;
7. (S+I; 16): “Pdl, ma non è una scelta propriamente detta poiché su molti argomenti questo partito è **molto vago e descrittivo**, tuttavia l’altra parte (PD) è **spesso troppo ferma e decisa** su punti che proprio non approvo. Mi trovo, in fine, ad essere **più neutrale** rispetto al PDL e **più critica** rispetto al PD, anche se penso che la neutralità non è un credito, ma una mancanza di sostanza”.

I sintetici sono il gruppo più vasto per il numero delle astensioni le quali, come abbiamo visto durante l’analisi degli esempi 1-3, non dipendono dal livello delle conoscenze politiche degli elettori. E’ possibile che questa tendenza rifletta la propensione dei rappresentanti dello stile sintetico ad avere una versione d’insieme dei programmi, con tutti i loro “aspetti positivi e negativi”, il che impedisce loro di prendere una “facile” decisione di voto e li porta all’astensione. A mio avviso, è un’ipotesi che però potrebbe fare luce sulla strategia dell’astensione come uno strumento specifico e subordinato al modo di pensare dell’individuo, e che non può essere utilizzato in maniera generale ovunque, come non può essere biasimata dalle persone che non condividono i valori del gruppo e che hanno lo stile cognitivo diverso.

L’esempio no. 4 ci sembra essere il frutto dell’uso del *partisan cue*, anche se il soggetto, come tutti gli altri, parla della “vicinanza delle affermazioni” del candidato alle sue “idee personali”. Dall’analisi degli atteggiamenti dello studente dedotti dal compito 2B in cui venivano espresse

implicitamente, segue che il voto ha replicato le sue inclinazioni iniziali. Questo ci ha fatto subito pensare all'uso della scorciatoia del partigiano del partito. In più, nella sua testimonianza, il soggetto chiama il programma del candidato opposto con un termine piuttosto umiliante e categorico - "bigottismo cattolico", il che rende esplicita la sua propensione generale verso i valori del partito democratico e lo caratterizza come il suo partigiano.

Gli elettori sintetici di media si creano un'idea intera del programma di ciascun candidato, come nella testimonianza no. 5 e votano, usando strategie del *partisan cue* e del *program cue*. Inoltre, le persone con lo stile prevalente sintetico tendono a sottolineare gli aspetti negativi dei candidati e, sorprendentemente, a basare il loro voto sull'atteggiamento neutrale o meno critico verso il programma. A differenza dei realisti, il cui voto e motivazione sono frutti della positività ricavata dalla lealtà per il partito e dai valori esposti, i sintetici misurano il loro voto con un generale "indice di gradimento" oppure con un "indice di neutralità". Secondo noi, questo modo piuttosto filosofico di processare le informazioni e prendere le decisioni è il segreto della stabilità dei rappresentanti dello stile cognitivo sintetico.

I valori dei realisti, quelli di concretezza e prontezza all'azione, vengono contrapposti a quelli dei sintetici che sembrano d'essere "importanza per lo stato", assenza di fermezza e cocciutaggine sugli argomenti espressi ("propensione al compromesso"), "logica", "giustizia", "sostanza". I sintetici, comunque, sono un gruppo più difficile da convincere con l'uso semplice delle figure retoriche perché i rappresentanti di questo stile non sembrano essere colpiti dalle parole, ma di farsi una visione generale di quello che viene detto loro. E' possibile che la tendenza dei sintetici all'integrità, completezza e "neutralità" renda quasi impossibile l'effetto persuasivo della retorica. E' probabilmente per questo che la strategia del *program cue* perde tantissimo in questo gruppo, scendendo al 22%.

Analisi della risposta degli idealisti italiani

Il gruppo degli idealisti apre la classifica degli stili cognitivi più instabili, con il 60% delle persone che votano contrariamente ai loro atteggiamenti iniziali o si astengono; il 40% sono stabili nel loro comportamento dell'elettore. In questo gruppo, è netta la connessione tra la stabilità e l'uso della strategia del *partisan cue*.

Soltanto una delle otto persone che hanno esibito di avere lo stile idealista prevalente ha lasciato la sua testimonianza, ed è il soggetto che ha votato secondo il *program cue*, come si deduce dalla sua testimonianza.

1. (I+S; 14): "Voterei per Ivan Rossi (PDL) perché ritengo migliore la sua riforma della giustizia e dell'istruzione nonché sulle tasse (temi, per me, molto importanti)".

A parte degli atteggiamenti impliciti misti, l'argomentazione si focalizza sui punti programmatici concreti ed è priva delle ideologie del partito in questione.

Anche le altre persone appartenenti allo stile idealista sembrano di avere atteggiamenti politici misti: Questo è il gruppo in cui il voto tra il PD e il PDL è pari, con una persona che si è astenuta.

Le persone che hanno votato secondo il *program cue* sono 60%; quelli che hanno usato la strategia del *partisan cue* risalgono al 40%.

Analisi della risposta dei pragmatici italiani

I pragmatici, essendo il gruppo più piccolo, incontrano lo stesso problema che abbiamo descritto durante l'analisi della risposta degli idealisti – cioè costituiscono un campione troppo ridotto per poter effettuare un'analisi i cui risultati possano essere generalizzati. Qui il dato risulta più oscuro per il fatto che nessuno dei partecipanti ha risposto alle domande aperte. Perciò possiamo solo evidenziare i loro atteggiamenti impliciti e paragonarli con il comportamento durante il voto. Quest'ultimo, purtroppo, manca di coerenza perché tutte le persone tranne una che si è astenuta hanno votato contrariamente alle loro inclinazioni politiche iniziali, fossero queste di centro-destra o di centro-sinistra. Possiamo suggerire due possibili spiegazioni di questo fenomeno. La prima è che le persone a cui mancano conoscenze politiche (infatti, è il gruppo con il minor indice conoscitivo) hanno confuso i principi programmatici del loro partito con quello opposto. La seconda spiegazione è che i pragmatici aventi atteggiamenti misti sono stati influenzati dalla retorica. Comunque, tutti coloro che hanno risposto hanno votato secondo il *program cue*, cioè hanno scelto il programma del candidato che gli è piaciuto al momento. Questo comportamento è coerente con la descrizione dello stile cognitivo pragmatico, propenso a cogliere l'occasione momentanea più che ad affidarsi a principi solidi.

3.2.3.2 Analisi della risposta dei giovani elettori bielorusi

Il campione bielorusso è stato maggiormente sottoposto allo scarto dei soggetti a causa delle risposte incomplete: dei 125 partecipanti solo 93 hanno completato l'intero questionario, mentre gli altri hanno fatto soltanto la terza parte "Stili cognitivi", ignorando ogni domanda riguardante la vita politica. Alcuni di questi "inadempienti" come motivo della loro astinenza hanno indicato "mancanza di interesse nella politica"; uno degli studenti ha scritto: "Non me la sento di esprimermi su questo argomento dolente". Le motivazioni per l'inadempienza al compito valgono sicuramente la pena di essere analizzate, benché ciò non costituisca lo scopo della nostra ricerca; non è da escludere il fattore della paura di esprimersi, anche se i questionari sono stati anonimi.

La gamma degli stili cognitivi degli studenti bielorusi è mostrata qui in ordine del maggior numero delle persone appartenenti a: realisti (R) – 30 persone; analitici (A) – 25 persone; idealisti (I) – 17 persone; pragmatici (P) – 13 persone; sintetici (S) – otto persone.

All'interno di ciascun gruppo stilistico abbiamo riscontrato differenze nel punteggio medio ottenuto nel compito "Conoscenze politiche". La tendenza generale è l'innalzamento dell'indice conoscitivo con l'aumento dell'età e dell'anno di studio. L'indice conoscitivo dei realisti del primo gruppo aveva due punti in meno rispetto a quello dei loro omologhi del secondo gruppo: 14,4 contro 16,7. Gli analitici del primo gruppo mancavano di più di cinque punti per arrivare al livello dei loro colleghi maggiori: 12 contro 17,7. Gli idealisti del primo gruppo avevano mediamente il punteggio 14,3, mentre quelli del secondo – 18,3. Gli studenti più giovani con lo stile prevalentemente pragmatico risultavano avere conoscenze nettamente inferiori a quelle di loro compagni del terzo anno: 8,5 contro 19,6. La differenza negli indici conoscitivi dei sintetici non era così spiccata e

ammontava a meno di quattro punti: 13,2 contro 17,5. In generale, in base alla nostra classifica dei livelli delle conoscenze politiche abbiamo scoperto che la maggior parte degli studenti nel primo gruppo avevano conoscenze medie, mentre quelli nel secondo gruppo vantavano conoscenze di livello alto (profilo pragmatico e idealista) e medio (profilo realista, analitico e sintetico).

Nonostante l'indice conoscitivo alto dei portatori degli stili pragmatico ed idealista nel primo gruppo, nessuno di loro è riuscito a rintracciare ed esplicitare incongruenze nei programmi dei candidati. Per esempio, il passaggio dell'argomento "Proprietà privata del terreno" dall'agenda del candidato democratico a quella del candidato comunista è passato inosservato. Possiamo ipotizzare che l'argomento abbia evocato dei sospetti e dei dubbi, specialmente nelle persone che si sono astenute dal voto. Però, non possiamo fare altro che constatare che la maggior parte degli elettori bielorusi hanno votato il PC in base all'argomento manipolato a cui il partito comunista è stato storicamente opposto. Una delle possibili spiegazioni di questa situazione è la mancanza delle conoscenze applicate degli elettori che, benché abbiano una grande cultura generale nell'ambito politico, non riescono a distinguere gli argomenti simbolici per ciascun partito. Questo deriva in gran parte dalla cultura politica del paese in cui mancano campagne elettorali aperte e i dibattiti in cui ciascun partito possa presentare il suo programma agli elettori, contribuendo in questo modo alla loro informazione. Oggi i giovani elettori bielorusi fanno fatica ad associare il candidato al partito che lo designa, e per questo votano il programma più attraente, usando la strategia del *program cue*.

Gli atteggiamenti degli studenti del primo gruppo erano prevalentemente misti; nel secondo gruppo, invece, abbiamo riscontrato la presenza dei sostenitori di ambedue partiti. Con il termine "stabilità degli atteggiamenti politici" cercheremo di spiegare le differenze nei comportamenti dei partecipanti basate sull'introduzione del fattore moderatore – manipolazione delle informazioni. Per "stabilità" intendiamo la corrispondenza tra l'atteggiamento implicito iniziale prima dell'esposizione al messaggio e il voto dell'elettore nella fase post-esposizione. Per esempio, nel primo gruppo in cui gli atteggiamenti misti hanno una prevalenza assoluta su quelli della lealtà ad un particolare partito abbiamo trovato la predisposizione iniziale degli elettori all'instabilità. Nel secondo gruppo, invece, la quantità delle persone potenzialmente instabili scende al 67,7%; cresce la percentuale dei sostenitori stabili di ciascun partito – 27,3% e si aggiungono anche le persone instabili che hanno votato il partito opposto ai loro atteggiamenti – 5%. Questi dati possono essere interpretati da vari punti di vista, per esempio, notando la connessione tra l'indice conoscitivo e la stabilità e l'impatto del fattore moderatore sull'uso delle strategie.

Se noi confrontiamo i dati precedenti sulla stabilità degli atteggiamenti con l'indice conoscitivo di ciascun stile, ci accorgeremo, purtroppo, che le persone bielorusse con un alto livello di conoscenze politiche non mostrano la tendenza ad essere più stabili nei loro comportamenti elettorali rispetto alle persone con conoscenze medie o basse. Questa affermazione è provata dall'analisi del comportamento degli studenti che sono stati sottoposti ai messaggi manipolati e, grazie all'impatto rilevante del fattore moderatore, hanno avuto il comportamento elettorale incoerente con i loro atteggiamenti iniziali. Per esempio, la maggioranza dei pragmatici bielorusi (indice conoscitivo 19,6) avevano simpatie per il partito del centro-destra (UPC). Dopo l'esposizione al messaggio moderato il 50% di loro hanno votato il partito opposto perché è piaciuto loro il programma. Lo

stesso effetto si è osservato nel gruppo degli idealisti bielorusi del secondo gruppo (indice conoscitivo 18,3). Come i pragmatici, hanno mostrato atteggiamenti impliciti iniziali a favore dell'UPC, ma dopo l'esposizione al messaggio manipolato solo il 40% di loro ha votato il partito di destra, il 40% si è astenuto e il 20% ha votato per il partito opposto. Questi dati suggeriscono che la stabilità degli atteggiamenti dell'elettore non dipenda in modo proporzionale e diretto dalle conoscenze ma sia subordinato all'influenza del fattore moderatore nel nostro caso, ovvero alla manipolazione delle informazioni.

Paragonando i risultati delle elezioni nel primo e nel secondo gruppo del campione bielorusso, vediamo come l'uso prevalente della stessa strategia – *program cue* – abbia portato a esiti diversi se non addirittura contrari all'interno dello stesso stile cognitivo. Mentre nel primo gruppo, l'UPC ha potuto festeggiare una vittoria netta, nel secondo l'esito delle elezioni non è sembrato così deciso. Il primo dato che colpisce è la percentuale dei voti raccolti nel secondo gruppo dal PC - 26% - e questo è successo nel campione in cui solo il 5% delle persone aveva atteggiamenti impliciti a favore del partito comunista. Questo vuol dire che più del 20% degli elettori dall'inclinazione democratica hanno votato per il PC in base gli argomenti manipolati, come "Proprietà privata del terreno", "Le tasse", "Rapporto con la Federazione Russa" e "Budget deficit". In tutti e due gruppi la strategia prevalente è stata il *program cue*. Però, se per il primo gruppo non possiamo dire niente sull'efficacia o meno di questo strumento perché gli elettori avevano atteggiamenti misti, sembra chiaro, invece, per il secondo, che l'uso dell'euristica *program cue* con la presenza del fattore moderatore abbia portato all'ignorare o alla scarsa consistenza degli atteggiamenti impliciti degli elettori. Visto questo, si potrebbe suggerire alle parti interessate alla democratizzazione dei paesi emergenti di appoggiare le campagne informative dei vari partiti e di promuovere una cultura politica aperta e multilaterale per contrastare l'impatto prevalente della manipolazione sul comportamento degli elettori.

Analisi della risposta dei realisti bielorusi

Il gruppo più rappresentativo nel campione bielorusso è composto di 30 persone con lo stile cognitivo prevalente realista, di cui 19 persone sono presenti nel primo gruppo e 11 – nel secondo. Come abbiamo evidenziato dai questionari (Fase B "Valutazione degli atteggiamenti per i candidati"), la maggior parte dei realisti, sia nel primo gruppo con le informazioni corrette che nel secondo sottoposto alla manipolazione, ha atteggiamenti impliciti misti. Il risultato delle elezioni, però, si differenzia molto a seconda della presenza del fattore moderatore (manipolazione). Il voto nel primo gruppo a favore dell'UPC è stato nettamente superiore, con 16 persone (84%) che l'hanno votato; due persone (11%) si sono astenute e una (5%) ha votato il PC. La strategia prevalente nel primo gruppo è stata *program cue*. Le altre strategie usate in ugual misura sono *partisan cue* (11%) e l'astensione (11%).

Nel secondo gruppo, invece, l'UPC ha vinto con soltanto un voto in più, e ciò impedisce di considerare la sua una vittoria netta. Le astensioni nello stesso gruppo sono quadruplicate, raggiungendo otto persone ovvero il 73% degli elettori. Noi suggeriamo che il numero così impressionante degli astenuti sia dato all'introduzione del fattore moderatore che ha creato una situazione di instabilità e ambiguità a sfavore del candidato democratico, per cui le persone con

atteggiamenti impliciti misti non se la sono sentita di votare. Secondo la nostra opinione, il loro è stato il comportamento più corretto rispetto al voto in base al *program cue* perché si sono impegnati maggiormente nella riflessione sui programmi e, benché non abbiano potuto individuare le manipolazioni, hanno sospettato le incongruenze e si sono astenute.

L'indice conoscitivo dei realisti del primo gruppo equivale ai 14,4 contro 16,7 dei loro omologhi del secondo gruppo. La differenza tra gli indici all'interno dello stesso stile cognitivo potrebbe essere spiegata dal fattore dell'età e da quello degli interessi prevalenti per ciascuno dei gruppi durante le diverse fasi della carriera universitaria. Pur non andando ad indagare queste specifiche, ci soffermeremo a dire che il fattore moderatore come il livello delle conoscenze ha avuto impatto sul comportamento dei realisti, visto che la maggior parte dei soggetti del primo gruppo hanno usato la strategia del *program cue*, mentre quelli del secondo gruppo con l'indice conoscitivo più alto si sono principalmente astenuti.

Per accertare l'influenza dello stile cognitivo sul comportamento dei realisti, abbiamo analizzato i profili delle persone che si sono astenute in tutti e due gruppi, sperando di rintracciare le caratteristiche stilistiche condivise. Nel profilo di questi soggetti abbiamo scoperto una presenza rilevante dello stile idealista: tutti i realisti astenuti l'avevano come secondo o terzo stile prevalente il cui punteggio variava da 53 a 61. Quello che accomunava queste persone era l'atteggiamento sull'argomento "Rapporto con la Federazione Russa", in particolare, l'idea che la Bielorussia debba salvaguardare la sua indipendenza e opporsi all'omologazione da parte della Russia. I rappresentanti di questo sottotipo cognitivo consideravano come punto chiave la posizione del candidato su questo argomento e ancoravano ad esso il loro comportamento elettorale. Riportiamo ora alcune testimonianze di questi elettori.

1. (R+S+I; 16; gruppo uno): "Non voterei nessuno perché in ambedue programmi ci sono gli argomenti che non mi soddisfano, per esempio, quello che riguarda **il rapporto con la Federazione Russa**. Secondo me, la nostra repubblica deve ambire a diventare completamente **indipendente dalla Russia**, a salvaguardare la nostra cultura e la lingua, a crearsi un'immagine distinto nel mondo. Se invece continuiamo ad approfondire i contatti solo con la Russia, dal nostro paese non rimane altro che un nome nei vecchi libri di storia";
2. (R+A+I; 16; gruppo due): "Mi asterrei dal voto. Se dovessi proprio votare, sceglierei Mark Dalidovic dell'UPC. Mi piacciono i suoi ragionamenti in materia del budget deficit¹⁰⁷, situazione ecologica e **rapporti con la Federazione Russa**".

Dall'analisi delle testimonianze dei realisti bielorussi emergono i loro valori positivi che sono "eguaglianza dei cittadini", "proprietà privata", "qualità della vita", "cambiamento", "nuove soluzioni", "indipendenza", "autonomia", "auto-realizzazione". I valori negativi sono espresse da

¹⁰⁷ Questo argomento è stato manipolato e appartiene originalmente al programma del partito opposto. Da qui in avanti, gli argomenti manipolati senza che i soggetti se ne abbiano preso nota verranno indicati con una sottolineatura.

tali parole e espressioni, come “tradizione”, “omologazione”, “gli statisti” (uomini di stato), per esempio:

3. (R+A+I; 18; gruppo uno): “Voto Mark Dalidovic perché nel suo programma propone **eque possibilità per tutti** ceti sociali. Le sue azioni mirano a **cambiare la situazione**; lui propone **soluzioni nuove**, mentre il candidato del PC tende a preservare la **tradizione** esistente nel governare il paese. Mi è anche consona la tendenza del candidato dell’UPC a collaborare con altri paesi in ambito di istruzione e ambiente”;
4. (R+A; 16; gruppo uno): “Ho scelto Mark Dalidovic perché credo il suo programma sia più appropriato. Potrà portare il nostro paese ad un livello superiore sia all’interno che all’esterno. Potrà migliorare la nostra **qualità di vita**”;
5. (R+P; 12; gruppo due): “Il candidato dell’UPC ha una **visione più realistica** dei problemi del nostro paese e offre più **libertà e diritti** alla gente. Il suo programma è orientato verso le persone e corrisponde al meglio ai bisogni della società, aiuta a **realizzarsi** al meglio in un ambiente sociale “ideale”. Il candidato comunista, invece, parla con dei cliché dello **statista**. Sembra che il suo programma sia stato disegnato esclusivamente per **impiegati statali** e non per **tutte le classi sociali**”;
6. (R+P; 15; gruppo due): “Scelgo l’UPC perché penso che il suo programma sia più **umano** e corrisponde meglio alla mia idea della “**vita migliore**”;
7. (R+I; 16; gruppo due): “Voto Symon Stefanovic perché lui vede il nostro paese **indipendente dalla Russia** e vuole spronare la nostra cultura e istruzione. Il candidato dell’UPC propone troppe riforme e il suo programma sembra copiato dal programma dei politici integralisti russi. Quest’ultimo propone di ampliare **i rapporti con la Russia** e questo, secondo me, porterà all’occupazione del nostro paese”.

I valori dei realisti sembrano universali e facili da condividere. Il tratto caratteristico di questo stile è il suo rendere chiara l’opposizione storica tra i comunisti e i democratici sull’argomento “Rapporto con la Federazione Russa”. E’ veramente il punto chiave che viene costantemente manipolato dai politici e mass media in un modo simile a quello che abbiamo usato noi durante l’esperimento e che ha portato ad avere i voti che vanno contro gli atteggiamenti impliciti degli elettori, come nell’esempio n.7. Il risultato delle elezioni in due gruppi di persone che dividevano lo stile cognitivo ha esplicitato il problema del comportamento degli elettori bielorusi – la mancanza di informazioni valide e complete. Queste potrebbero sia alzare il livello delle conoscenze politiche degli elettori che rendere il voto più efficace per le persone indecise con atteggiamenti misti.

Analisi della risposta degli analitici bielorusi

Il secondo stile più rappresentativo nel campione bielorusso è quello analitico, costituito da 25 persone di cui 17 sono nel primo gruppo e otto – nel secondo. Nel primo gruppo, i voti a favore dell’UPC sono stati quattro volte superiori rispetto a quelli a favore del partito comunista; tre persone analitiche si sono astenute dal votare. Nel secondo gruppo in cui si analizzava i programmi

manipolati abbiamo avuto la parità tra i candidati, con una persona astenuta. Come nel gruppo dei realisti bielorusi, il fattore moderatore ha avuto un grande impatto sul comportamento del voto e sui risultati delle elezioni.

Nel primo gruppo, l'indice conoscitivo ammontava ai 12 punti, mentre in quello che coinvolgeva gli studenti più grandi – 17,7. Nonostante un livello abbastanza alto delle conoscenze politiche dei soggetti del secondo gruppo, nessuno di loro ha detto espressamente di aver rintracciato le informazioni manipolate.

La maggior parte delle persone analitiche in ambedue gruppi avevano atteggiamenti misti e hanno votato seguendo la strategia *program cue*. L'introduzione del fattore moderatore nel secondo gruppo ha creato una situazione più accesa rispetto a quella nel campione realista. Gli analitici hanno portato il ballottaggio al secondo turno, visto che nel primo ambedue i candidati hanno raccolto la stessa quantità di voti. Lo sconcerto sta anche nel fatto che le persone che hanno votato il PC hanno presentato come motivi del loro voto proprio gli argomenti prestati dagli sperimentatori dal programma dell'UPC, per esempio:

1. (A+R; 15; gruppo due): “Voto Mark Dalidovic per la sua posizione sui seguenti problemi: situazione ecologica, lotta contro criminalità, proprietà privata del terreno, tasse, istruzione”;
2. (A+P; 14; gruppo due): “Voto Symon Stefanovic, il candidato comunista, perché mi piacciono i seguenti argomenti da lui proposti: lotta contro criminalità, situazione ecologica, budget deficit. Lui sembra di conoscere la situazione da dentro”;
3. (A+I; 12; gruppo due): “Non vorrei votare per nessuno ma dei due candidati supporterei Symon Stefanovic perché sto pensando ad aprire una mia attività e il suo programma sulle tasse è molto attraente per me”;
4. (A+I; 11; gruppo due): “Tutto è relativo. Mi asterrò dal voto ma se proprio dovessi, sceglierei il candidato dell'UPC. Perché lui? Considero le sue idee **solide** e **serie**, nonché più **umane**. Per esempio, lui propone di introdurre l'assicurazione medica, di alzare gli stipendi per insegnanti e dare ai genitori il diritto di scegliere la scuola per i loro figli. Ritengo che sia anche molto importante **assicurare i diritti di base ai detenuti** e entrare nel movimento verde Europeo”;
5. (A+I; 9; gruppo due): “Voto Mark Dalidovic, UPC, perché tanti dei suoi punti **corrispondono alle mie idee** e sono: sanità, budget deficit ed istruzione”;
6. (A+P; 6; gruppo due): “Mi piace il piano d'azione del candidato comunista nell'ambito di istruzione, tasse e situazione ecologica”.

Nel primo gruppo, la scelta è stata a favore dell'UPC, e questa volta gli elettori non hanno compiuto errori, usando la strategia del *program cue*, per esempio:

7. (A+R; 7; gruppo uno): “Voto l'UPC perché lo supporto in alcuni punti programmatici”;
8. (A+R; 10; gruppo uno): “Voterei il primo candidato, Symon Stefanovic del PC. Mi piace tutto nella sua biografia e anche il modo in cui vuole migliorare la vita nella società”.

I valori positivi degli analitici sono simili a quelli dei realisti, cioè “serietà”, “solidità”, “essere umano”, “i diritti di persona”, “corrispondenza alle idee” dell’elettore, “miglioramento della vita”.

I valori negativi degli analitici sono espressi attraverso l’atteggiamento verso la posizione del candidato su un dato punto programmatico, per esempio, “il rialzo delle tasse”, “dipendenza dall’UE o dalla Russia”.

Analisi della risposta degli idealisti bielorusi

Il terzo gruppo più rappresentativo nel campione in questione consiste di 17 persone ed è rappresentato dagli idealisti. Nel primo gruppo ci sono 10 persone; nel secondo – sette. L’indice conoscitivo medio del primo gruppo degli idealisti sale ai 14,3 punti; quello nel secondo – 18,3. Nel primo gruppo, la maggior parte dei rispondenti ha atteggiamenti impliciti misti. Nel secondo gruppo degli studenti, la maggior parte supporta l’ideologia del partito del centro-destra – UPC. Però nel primo gruppo l’UPC ottiene clamorosamente nove voti su uno. Invece, nel secondo, quello dei suoi sostenitori, il partito di destra ottiene solo tre voti: soltanto tre su sette votano, mentre gli altri si astengono. Delle persone astenute la maggior parte appartiene al profilo idealista-pragmatico; invece gli elettori che votano hanno il profilo idealista-sintetico. Riportiamo ora alcune motivazioni fornite:

1. (I+P; 15; gruppo due): “Non posso scegliere tra i due candidati proposti. Forse mi asterrei perché non c’è programma che possa **supportare completamente**. Ogni candidato propone i punti su cui non posso **concordare interamente** e anche quelle di cui non so niente. Non posso dare una risposta adesso perché **non ho informazioni complete** e non saprei quale soluzione avrei scelto io. Per prima cosa **cercherei di studiare le conseguenze** che ogni proposta porterebbe; dopo voterei. **Ho un’idea molto vaga** di politica: non ho mai pensato a questi argomenti prima”;
2. (I+A; 17; gruppo due): “Primo, non voterei nessuno!!! Secondo, il programma di ciascun candidato contiene argomenti che **contraddicono le mie idee**”;
3. (I+S; 12; gruppo due): “Voto per Mark Dalidovic dell’UPC maggiormente perché la sua posizione sui problemi di budget deficit e situazione ecologica. Però il punto su istruzione è più preferibile quello del candidato opposto”;
4. (I+S; 17; gruppo due): “In ogni programma ci sono punti forti e deboli. Mi piace **la versione unita**. Se dovessi votare, scegliere il secondo candidato (UPC), maggiormente perché lui offre più **libertà** alla gente e **evita di dare troppo potere alla polizia**”;
5. (I+R+S; 21; gruppo uno): “Sceglierei Symon Stefanovic (PC). Uno dei motivi per cui lo scelgo è perché si è laureato dall’Università di Grodno, e io penso che la qualità dell’istruzione sia migliore lì. L’altro motivo è che non mi piace l’autonomia delle università proposta dal candidato dell’UPC”;
6. (I+P+S; 6; gruppo uno): “Voterei il candidato che rappresenta l’Unito Partito Civico perché la sua visione della situazione è **più liberale**. Lui si rende conto della necessità delle

innovazioni e sembra di considerare i bisogni di **tutte le classi sociali**. Questo candidato garantisce i diritti alla sanità e all'istruzione a tutti. Inoltre, vorrebbe inserire la Bielorussia nel **sistema scolastico mondiale**. Questo è molto importante perché il presente piano di studi rilasciato dal Ministero dell'Istruzione non corrisponde ai bisogni della nuova generazione”;

7. (I+S; 14; gruppo uno): “Penso che il secondo candidato (UPC) sia stato più **corretto** nel presentare la sua visione delle problematiche esposte. Lui ha considerato la situazione presente nel paese e ha dimostrato in modo esemplare i vantaggi e gli svantaggi dell'esistente sistema statale”;
8. (I+S; 20): “Voterei il secondo candidato perché le sue idee sono **più moderne e democratiche**. Sono destinate a **migliorare la vita di tutti** e non solo dei rappresentanti dell'élite statale. Penso inoltre che sia importantissimo **salvaguardare l'identità bielorussa** perciò sono contraria all'Unione con la Russia”.

La prima testimonianza ci sembra esemplare nel suo ragionamento critico verso le informazioni presentate. Infatti, il partecipante idealista non usa nessuna euristica di voto e si astiene, similmente ai suoi colleghi realisti. Questo dato suggerisce che l'astensione come strategia potrebbe contrastare l'effetto negativo del *program cue* nei contesti in cui le informazioni vengano manipolate. Ci sembra che i soggetti astenuti considerino importanti le proprie idee e non quelle dei candidati. Per queste persone è necessario formulare un'idea oggettiva e avere più informazioni complete possibili per decidere il voto. Invece quelli che hanno votato si sono focalizzati sui programmi dei candidati.

I valori positivi degli idealisti sono “completezza (delle informazioni)”, “studiare le conseguenze”, “poter concordare completamente”, “supportare completamente”, “avere una versione unica”, “libertà”, “indipendenza”, “considerare tutti i ceti sociali”, “modernità”, “democrazia”.

I valori negativi degli idealisti bielorussi sono quelli che “contraddicono” le loro idee, i candidati che hanno “un'idea molto vaga” e che “danno troppo potere alla polizia”.

Abbiamo notato che per gli idealisti bielorussi la disponibilità delle informazioni complete sul candidato è vitale, e questo è un progresso rispetto ai pragmatici che basano il loro voto sull'utilità delle cose proposte. La differenza negli indici conoscitivi tra i pragmatici e gli idealisti bielorussi del secondo gruppo potrebbe essere spiegata dal fatto che i primi sentono la necessità di conoscere la realtà politica, mentre gli idealisti si affidano più alle idee proprie che non sono necessariamente corrispondenti alla realtà.

Analisi della risposta dei pragmatici bielorussi

Il quarto gruppo più rappresentativo nel campione studentesco bielorosso è costituito dai pragmatici: sono 13 persone, di cui al primo gruppo appartengono otto studenti e al secondo cinque. Sull'esempio dei pragmatici ci si accorge di una differenza relevantissima negli indici conoscitivi delle persone separate le une dalle altre da soli due anni di studio universitario: nel primo gruppo, l'indice conoscitivo risale ai soli 8,5 punti, facendo un record negativo nella classifica delle

conoscenze per gli stili cognitivi. Nel secondo gruppo, invece, l'indice dei pragmatici batte il record positivo, risalendo ai 19,6 rendendo così i pragmatici persone sofisticate secondo la nostra graduatoria dei livelli di conoscenza politica. Abbiamo proposto la spiegazione di questo fenomeno durante l'analisi del comportamento dei realisti bielorusi; possiamo solo aggiungere che i pragmatici che sono appena entrati nel mondo universitario prestano poca attenzione alle questioni politiche perché per loro, più che per gli altri stili cognitivi, è importante vivere il momento e impegnarsi delle problematiche più concrete e presenti nella loro vita quotidiana da matricole.

La seconda differenza tra i pragmatici del primo e del secondo gruppo è rintracciabile durante l'esame dei loro atteggiamenti impliciti. Mentre la maggior parte dei pragmatici del primo gruppo, sette persone su otto (oppure l'87,5%) mostrano di avere atteggiamenti misti, nel secondo gruppo tutti i portatori di questo stile avevano una propensione per l'UPC.

E, infine, la differenza più spiccata tra i due gruppi riguarda il risultato delle elezioni. Nel primo gruppo, i voti a favore dell'UPC erano tre (37,5%), quelli a favore del PC – due (25%); tre persone (37,5%) si sono astenute. Nel secondo gruppo che possiamo nominare “il gruppo dei sostenitori fervidi dell'UPC”, i voti a favore del partito democratico erano tre (60%) e quelli a favore del partito opposto – due (40%). E' evidente che nel secondo caso gli elettori hanno usato la strategia del *partisan cue*, che gli ha permesso di scegliere il candidato che corrisponde al meglio ai loro atteggiamenti impliciti nelle condizioni “estreme”, essendo state sottoposti all'impatto del fattore moderatore. Queste persone che possiamo chiamare “pragmatici integri”¹⁰⁸ per la loro coerenza tra gli atteggiamenti impliciti e il voto, un comportamento che ha superato l'effetto delle manipolazioni. Riportiamo adesso le loro testimonianze per capire perché e come hanno eluso il fattore moderatore.

1. (P+I; 15; gruppo due): “In realtà, ciascun candidato propone sia **cose utili** che quelle **poco costruttive**. Bisogna scegliere il candidato che abbia più vantaggi e i cui punti deboli non siano troppo sensibili. Secondo i miei calcoli, ciascun dei candidati ha cinque punti positivi. Dopo aver pensato tanto, ho scelto il candidato dell'UPC perché i suoi punti deboli **non pesano così tanto sulla classe media della popolazione**, a differenza di quelli del candidato del PC”;
2. (P+R; 15; gruppo due): “Secondo me, la posizione del candidato dell'UPC è **più umana e migliore** per la nostra società perché offre più **libertà e eguaglianza** per la **realizzazione di ciascun cittadino** nel suo ambiente sociale. Il candidato del PC, invece, sembra di avere una visione più ‘**statale**’ e mirata non a tutte le classi della popolazione, ma solo agli **impiegati statali**”.

E' difficile dire che il fattore moderatore tra gli elettori e il messaggio manipolato – il livello di conoscenze politiche – abbia avuto un impatto sul loro comportamento dei realisti del secondo gruppo. Come possiamo vedere dalle testimonianze, le persone che sono sfuggite alle manipolazioni hanno il livello medio di conoscenze politiche (indice conoscitivo 15). E' possibile, però, che

¹⁰⁸ Barisione et al. 2011 usano la parola “coerente” in un contesto simile: 318.

possiedano conoscenze di carattere applicato che abbiamo colto indirettamente nel nostro test quando analizzavamo gli atteggiamenti impliciti degli elettori. A parte dare il voto all'atteggiamento, gli studenti dovevano anche indicare a quale dei partiti appartiene il candidato che esprimeva un certo atteggiamento. Analizzando le risposte dei pragmatici del secondo gruppo, abbiamo rilevato gli abbinamenti giusti che loro avevano fatto – una dimostrazione del loro conoscere bene la situazione politica bielorusa. Questo dato ci riporta all'osservazione che abbiamo fatto nell'introduzione all'analisi delle risposte bielorusse che riguarda la necessità delle informazioni pratiche e applicabili per poter prendere decisioni di qualità.

I pragmatici instabili, invece, sono quelli che hanno votato contrariamente ai loro atteggiamenti politici iniziali, usando la strategia del *program cue*. Loro hanno spiegato il proprio comportamento così:

1. (P+R; 12; gruppo due): “Tendo a scegliere il primo candidato (PC) perché la sua posizione è più logica e promette cambiamenti in meglio. Certo che possono essere soltanto le parole ma lo voterei ugualmente”;
2. (P+R; 14; gruppo due): “Voto il candidato del PC perché il suo programma è più chiaro e corrisponde meglio alle mie idee su questi argomenti. Peccato che nessuno parla di quello che va fatto per gli studenti”.

Gli elettori del primo gruppo hanno comunque scelto l'UPC, con solo un voto in più: avendo poche conoscenze a disposizione, alcuni di loro hanno preferito di astenersi o di votare, usando euristiche sia il *program cue* che il *partisan cue*, per esempio:

3. (P+A+I; 7; gruppo uno): “Voterei il candidato dell'UPC perché lui supporta il capitalismo. Penso che la presenza delle persone benestanti in un paese sia sinonimo dello sviluppo di questo paese. E quando il paese è ben sviluppato, la gente può sperare ad avere un futuro sia culturale che economico”;
4. (P+R; 4; gruppo uno): “Scelgo Symon Stefanovic perché il suo programma mi piace di più. Penso che lui potrà **creare una vita migliore** per il popolo bielorusso”;
5. (P+R; 5; gruppo uno): “Voto per Mark Dalidovic perché si è laureato dall'Università di Brest. Mi piace il suo programma”.

Le testimonianze n.3-4 sembrano di essere state rilasciate dai sostenitori dell'UPC e del PC rispettivamente. Il primo rispondente fa appello all'ideologia “capitalista” che è sempre stata in opposizione storica al comunismo. Il secondo rispondente, invece, ha una mentalità tipicamente comunista, secondo la quale è compito del politico (dello stato, del governo) “creare una vita migliore” per la gente. L'ultimo esempio è risultato dell'uso quasi burlesco della strategia del *program cue* che viene applicata perfino ai dati biografici dei candidati.

I valori positivi dei pragmatici bielorusi corrispondono ad “utilità”, “cose costruttive”, “umanità”, “libertà”, “egualianza”, “realizzazione del ciascuno nell'ambito sociale”, “logicità”, “cambiamenti in meglio”, “chiarezza”, “essere consono alle mie opinioni”.

I valori negativi sono espresse attraverso le parole “pesare sulla classe media”, “la visione statale”, “mirato solo agli impiegati statali”, “promesse”.

E' notevole l'importanza che i pragmatici bielorusi danno all'uso applicato del programma del candidato e specialmente alla sua rilevanza per loro come rappresentanti della classe media. Loro sono portatori dei valori democratici, come “libertà” e “eguaglianza” e sembrano opporsi all'influenza dello stato nell'ambito sociale. D'altro lato, le motivazioni dei pragmatici sono piene di nomi comuni ma mancano di verbi – indici d'azione; ciò potrebbe far pensare alla determinazione non abbastanza matura delle persone con questo stile cognitivo di assumere la responsabilità per la propria “realizzazione” e ottenere i valori democratici per loro così desiderabili.

Analisi della risposta dei sintetici bielorusi

Il gruppo più piccolo nel nostro campione bielorusso è quello composto dai sintetici che sono otto persone, quattro in ciascun gruppo. L'indice conoscitivo del primo gruppo è uguale ai 13,2 punti, mentre nel secondo risale ai 17,5.

Nel primo gruppo dei sintetici, il 50% delle persone aveva atteggiamenti impliciti misti; 25% degli elettori simpatizzavano l'UPC e il PC rispettivamente. Il voto, invece, è stato a favore dell'UPC, con 50% delle persone che l'hanno votato e 50% degli elettori astenuti. Nel secondo gruppo, gli atteggiamenti erano prevalentemente a favore dell'UPC, ma il voto è stato pari; come nel primo gruppo, il 50% dell'elettorato si è astenuto. Questi dati accentuanti la discrepanza tra gli atteggiamenti impliciti e il comportamento del voto ci permettono di parlare di un grande impatto del fattore moderatore della manipolazione sul comportamento degli elettori. Come nel gruppo dei sintetici italiani, la strategia prevalente è astensione.

La seconda strategia prevalente in ambedue gruppi è il *program cue*. Gli esempi dell'uso di ambedue sono:

1. (S+P; 20; gruppo uno): “Voto l'UPC perché la maggior parte degli argomenti espressi nel suo programma corrispondono alle mie idee. Il programma del candidato UPC può aiutare Bielorussia a sviluppare più contatti con i paesi europei, e questo mi fa piacere perché sono per globalismo”;
2. (S+I; 6; gruppo uno): “E' difficile scegliere. Mi astengo dal voto”;
3. (S+P; 17; gruppo due): “Siccome tutti e due i candidati hanno avanzato le proposte che non posso accettare completamente, la mia posizione rimane **neutra. Non voto nessuno!**”;
4. (S+A; 14; gruppo due): “Voto Symon Stefanovic, il candidato comunista, perché la sua politica è più **flessibile e adatta al nostro paese**. Il suo programma è **mirato al supporto della popolazione e allo sviluppo dello stato e soddisfa sia la gente che l'economia**”.
5. (S+P; 11; gruppo due): “Voto Mark Dalidovic dell'UPC per la sua proposta di introdurre l'assicurazione medica obbligatoria. **Voglio sentirmi protetto**”.

I valori dei sintetici bielorusi sembrano corrispondere ad “una sensazione di essere protetto”, “flessibilità”, “supporto alla popolazione”, “sviluppo dello stato”, “soddisfazione della gente”, “sviluppo dell’economia”. Ci sembra che, a differenza degli idealisti che cercano il candidato che corrisponde al meglio alle loro idee della vita politica, i sintetici vogliono un compromesso. Potrebbero accettare qualsiasi politico che trasmette loro la sensazione di sicurezza. Questo ci sembra essere “un campione a rischio” perché avendo l’intenzione di raggiungere un accordo o di chiudere in modo neutrale, i sintetici ignorano forti incongruenze di fondo nei programmi dei candidati.

3.2.3.3 Discussione

All’inizio del nostro secondo esperimento abbiamo formulato quattro ipotesi. La prima concerne il rapporto tra lo stile cognitivo e le strategie del voto usate dai rappresentanti di ciascun stile. Spiegheremo questo rapporto usando il termine – “stabilità degli atteggiamenti impliciti” intesa come corrispondenza tra atteggiamenti iniziali e il voto dell’elettore. Dalla nostra analisi del rapporto tra la stabilità e lo stile cognitivo prevalente emerge che le persone stabili e quelle instabili sono portatrici di stili diversi nella società italiana e quella bielorusa. I rappresentanti dello stile più stabile tra i rispondenti italiani sono i realisti (il 58% delle persone), seguiti dai sintetici (56%), dagli analitici (54%), dagli idealisti (40%) e dai pragmatici (lo 0% dei soggetti stabili). Nel campione bielorusso, possiamo analizzare il termine “stabilità” solo rispettivamente al secondo gruppo nel quale abbiamo riscontrato la presenza dei sostenitori stabili. Invece, nel primo gruppo del campione bielorusso la maggior parte dei rispondenti avevano atteggiamenti misti, ciò impediva di rintracciare la coerenza nei loro comportamenti nella fase prima e dopo l’esposizione al messaggio.

Nel secondo gruppo degli studenti bielorusi, gli stili più stabili sono quelli analitico (il 50% dei soggetti stabili) e pragmatico (50%), seguito da idealista (42,6%), realista (25%) e sintetico (lo 0% dei soggetti stabili). E’ peculiare che due stili cognitivi – analitico e idealista – dimostrino di avere le percentuali affini in termini di stabilità sia nel campione italiano che in quello bielorusso.

L’analisi del rapporto tra la stabilità e le strategie del voto ci serve per capire come votano gli stili stabili (potenzialmente instabili e instabili). Abbiamo trovato che due sui tre rappresentanti più stabili italiani – realisti e analitici – sfruttano maggiormente la strategia del *partisan cue* (54% e 50%), mentre il terzo gruppo – i sintetici – la usano solo in 33% dei casi, essendo la loro strategia prevalente l’astensione (45%). L’affinità tra i rappresentanti italiani e bielorusi degli stili analitico e idealista che abbiamo notato nel § 1.1 si ripete anche rispetto alle strategie del voto usate da queste persone. Nel campione bielorusso, uno degli stili più stabili – analitici – usano la strategia del *partisan cue* (nel 42,3% dei casi); i pragmatici, un altro gruppo stabile bielorusso, votano prevalentemente secondo il *program cue* (50%). Quindi, in tre su cinque gruppi più stabili nel campione complessivo italo - bielorusso, la strategia più usata è quella del *partisan cue*. Questo dato ci permette di parlare dell’abbinamento tra l’euristica in questione e un alto livello di stabilità del comportamento politico.

Le ipotesi 2-3 riguardano il rapporto tra conoscenze politiche dei rappresentanti dei diversi stili cognitivi e le strategie di voto da loro usate. Abbiamo ipotizzato, tra l’altro, che le conoscenze politiche sono un fattore moderatore del comportamento dell’elettore, perciò ci attendiamo che i

sogetti che hanno l'indice conoscitivo alto avranno un comportamento più stabile rispetto a quelli con l'indice medio o basso, nel senso che si avvalleranno diverse della strategia del *partisan cue*;

Abbiamo trovato che le persone aventi l'indice conoscitivo alto sono anche le persone più stabili nelle società italiana e bielorusse. Sono rappresentanti degli stili cognitivi: analitico, realista e sintetico nel campione italiano e, rispettivamente, pragmatico, idealista, analitico e sintetico in quello bielorusso. I rappresentanti degli stili cognitivi con l'indice più basso sono anche elettori instabili in tutti e due i campioni. Questi dati sembrano confermare la nostra ipotesi che la stabilità degli atteggiamenti e del comportamento del voto dipendono dalle conoscenze possedute dagli elettori.

Non abbiamo confermato la nostra ipotesi, secondo la quale la decrescita dell'indice conoscitivo corrisponde all'aumento delle quantità di astensioni, come nel caso italiano: i due gruppi che hanno dimostrato il maggior numero delle astensioni sono sintetici (45%) e idealisti (40%) che si trovano nella media delle conoscenze politiche, mentre i pragmatici, il gruppo con l'indice più basso, hanno solo il 25% degli astenuti. Neanche il campione bielorusso conferma l'ipotesi in questione perché gli idealisti, il secondo gruppo politicamente sofisticato, hanno dimostrato di astenersi di più (40%). Questo suggerisce che le strategie del voto, a differenza degli atteggiamenti politici, dipendono maggiormente dalle caratteristiche individuali cognitive, nonché dall'introduzione del fattore moderatore – la manipolazione delle informazioni.

L'ipotesi n. 4 che concerne l'impatto della manipolazione sul comportamento di voto ha ricevuto una conferma decisa dal nostro campione bielorusso; la conferma nel campione italiano è stata nettamente inferiore. La maggior parte dei partecipanti che sono stati sottoposti alla manipolazione hanno cambiato i loro atteggiamenti, votando il partito opposto o astenendosi. Nel campione italiano, invece, la manipolazione ha evocato numerosi sospetti espliciti e non ha dissuaso i sostenitori dal votare il loro partito preferito.

Conclusioni

Conformemente all'obiettivo che abbiamo dichiarato nell'introduzione, abbiamo analizzato diversi modelli dello studio del comportamento di voto e del meccanismo di formazione delle opinioni. Questi approcci includono il modello euristico, il modello delle elaborazioni dell'informazione nel regime online, il modello del campionamento delle credenze e la teoria dell'intelligenza affettiva. Il punto che sembra accomunarli tutti è la ricerca dei motivi per i quali gli elettori formano le loro opinioni e le cambiano, facendo scelte di voto opposte agli atteggiamenti iniziali. Gli autori fanno appello ai meccanismi psicologici per descrivere il comportamento di voto e il processo decisionale, sottolineandone il carattere nascosto all'osservazione diretta, da cui deriva la complessità della ricerca.

La differenza tra i modelli sopra indicati sta nella misura in cui essi sono propensi ad accettare la componente affettiva (emotiva) nel processo decisionale. Per esempio, il modello euristico vede l'elettore come elaboratore automatico paragonabile al computer che, appena si accorge degli indizi, vota secondo il programma sollecitato da questo indizio (*cue*). Il modello dell'elaborazione dell'informazione online, invece, riconosce l'impatto dell'emozione nel formare l'impressione del candidato e, conseguentemente, nel valutarlo secondo questa impressione, dicendo che l'effetto dell'impressione sulla scelta di voto può competere con quello del programma elettorale. Il modello del campionamento delle credenze va ancora oltre nell'includere l'emozione nella sua parte teorica, eliminando al fine dei suoi scopi epistemologici qualsiasi distinzione di tipo strutturale e di contenuto tra i concetti dell'atteggiamento e dell'emozione. Ciò consente a questo modello di spiegare perché gli elettori cambiano i loro atteggiamenti e sono incoerenti nel fare le scelte politiche. Il culmine dell'apertura verso l'accettazione dell'emozione come parte integrante del processo decisionale è raggiunto nella teoria dell'intelligenza affettiva, secondo la quale l'affetto (emozione) particolare – specificamente l'ansia – porta gli elettori ad avvicinarsi allo standard classico dell'elettore razionale e a prendere decisioni di qualità migliore rispetto ai loro colleghi compiacenti.

Ciascuno degli approcci sopra nominati contiene punti forti e deboli che abbiamo elencato come nostre critiche nella parte teorica del presente lavoro. Quello, però, che sembra resistere alla criticità è la visione nuova dello standard dell'elettore responsabile che non è più quello che tiene le proprie emozioni sotto controllo e si affida soltanto alla razionalità e al pragmatismo per decidere il voto. Al contrario, è la combinazione della ragione intesa come consapevolezza dei propri atteggiamenti e dell'emozione che porta l'elettore ad assumere un comportamento di voto responsabile.

Visto il carattere del processo decisionale che sfugge allo studio e osservazione diretti, molti autori usano i metodi dell'analisi multivariata e delle simulazioni per prognosticare il comportamento degli elettori in varie condizioni. Altri, invece, preferiscono usare il metodo dell'intervista o del questionario scritto per interpellare i soggetti. Noi abbiamo usato una gamma di metodi che hanno permesso ai soggetti di agire e esprimersi in maniera libera, cercando di avvicinare ove possibile le condizioni sperimentali a quelle della vita reale.

Durante il nostro primo esperimento, a cui hanno preso parte 95 studenti Italiani, abbiamo usato questionari e interviste scritte. Lo scopo di questo esperimento è stato analizzare le differenze nelle reazioni degli studenti Italiani ai politici presentati in due modalità diverse: audio-visiva e scritta. La forma audio-visiva corrisponde ai messaggi come esposti su internet; la forma scritta è la nostra trascrizione di questi messaggi.

Il nostro primo esperimento non ha confermato l'ipotesi no. 1, dimostrando che l'uso dei principi persuasivi non necessariamente cambia il voto dell'elettore a favore dell'oratore che se ne avvale. Per esempio, i messaggi di Berlusconi e Franceschini fanno un ampio uso delle tecniche persuasive nei loro discorsi, ma nonostante ciò falliscono nell'agganciare gli elettori e risultano perdenti rispetto al messaggio di Saviano. Questo dato è conforme ai risultati di Marcus et al. nell'ambito dello sviluppo della teoria dell'intelligenza affettiva, secondo la quale la retorica politica non è sufficiente per fare votare gli elettori per un oratore specifico; un'altra condizione necessaria è il corretto funzionamento del sistema di disposizione degli elettori, a cui corrisponde la loro soddisfazione della situazione esistente.

Per quanto riguarda la seconda ipotesi che concerne la forma d'esposizione al messaggio, abbiamo notato il suo impatto sulla valutazione. La quantità dei voti raccolti su base del materiale audio-visivo a favore del messaggio preferito, quello di Saviano nel nostro caso, ha superato il numero degli elettori che si sono espressi per questo messaggio nella sua modalità scritta. Una spiegazione di questo fenomeno sta nel fatto che durante l'esposizione scritta pochissimi studenti hanno identificato la fonte del messaggio in questione. Quindi, nella versione scritta l'immagine dello *speaker* si è collocato in secondo piano rispetto ai temi espressi nel discorso e al linguaggio usato, e ciò è costato dei voti al messaggio. Il discorso audio-visivo, invece, è stato inscindibile dall'immagine di Saviano, e la sua accettazione è dipesa molto dalle esperienze e conoscenze degli ascoltatori sull'oratore, e anche dalla sua comunicazione non-verbale. In quest'ultimo caso, il *medium* è un fattore che condiziona gli atteggiamenti e la valutazione degli elettori.

In questo modo, il nostro primo esperimento ha evidenziato i limiti applicativi dei principi della dinamica persuasiva introdotti da Pirovano (2001). Il fattore più importante che determina la credibilità del messaggio per il pubblico è l'immagine dell'oratore che include la sua competenza professionale e le sue esperienze personali oppure, se vogliamo usare il termine più ampio, il fattore di personalità. I giovani elettori Italiani hanno mostrato di avere legami più forti nell'auto-identificazione con il leader delle opinioni Roberto Saviano invece che con i loro gruppi d'identificazione sociale come la famiglia e la nazione. Quest'ultimo dato è consistente con la fenomenologia moderna come presentata da Bellucci e Segatti (2011), che parla dell'"attenuazione dei legami di appartenenza al gruppo" e, di conseguenza, dell'"individualizzazione del voto"¹⁰⁹.

I risultati del primo esperimento ci hanno indirizzato nella ricerca del fattore individuale che influenza il comportamento di voto. Abbiamo subito evidenziato un fattore tradizionalmente usato come il livello conoscenze e ne abbiamo preso nota. Però, siccome il nostro obiettivo è stato condurre una ricerca originale che prende spunto dagli ultimi dati sperimentali dell'approccio

¹⁰⁹ Bellucci e Segatti 2011: 15.

cognitivo, nonché dalle formulazioni teoriche più recenti, abbiamo centrato la nostra ricerca su un fattore intrinseco alla personalità dell'elettore. Il nostro compito è stato aggravato dal fatto che volevamo paragonare gli elettori provenienti da paesi con tradizione politica diversa: gli Italiani che vivono in un paese democratico e i Bielorussi che stanno vivendo un periodo di transizione tipico dei paesi dell'ex blocco sovietico. Perciò, per rendere gli elettori paragonabili dovevamo usare la stessa misura per valutare il loro comportamento di voto, il che all'inizio si è dimostrato problematico. Le ricerche precedenti da cui abbiamo preso spunto si riferiscono a paesi con una forte tradizione democratica, come, per esempio, gli Stati Uniti, il Canada e l'Italia; per poter includere la Bielorussia in questo elenco occorre trovare un fattore generale con cui valutare il comportamento degli elettori indipendentemente dal sistema politico del paese. Per fare questo, abbiamo utilizzato la teoria degli stili cognitivi della psicologia dell'apprendimento e dell'elaborazione dei dati e abbiamo, in effetti, ritenuto che il concetto dello stile cognitivo può essere il fattore di cui avevamo bisogno.

Sotto il concetto "stile cognitivo" vengono intese le modalità individuali di elaborare le informazioni. In psicologia generale, queste modalità sono studiate più strettamente nell'ambito della psicologia dei processi cognitivi, responsabili per l'elaborazione dei dati. In questo ambito, lo stile viene visto come una preferenza individuale di modalità cognitive complesse quali, per esempio, il prendere decisioni e il fare ragionamenti politici. Dal momento che appare come una caratteristica stabile che si dimostra in situazioni diverse e relativamente ad ambiti di progressiva complessità, lo stile cognitivo è facilmente applicabile all'ambito delle scelte di voto. Inoltre, il fatto che la suddetta è una caratteristica non descrivibile in termini di corrispondenza o meno a uno standard, ciò la rende adatta per l'analisi del comportamento degli elettori nei paesi con diversi livelli di democratizzazione.

Durante il nostro secondo esperimento, che ha come uno dei propri obiettivi l'accertamento dell'impatto dello stile cognitivo sul comportamento di voto degli elettori giovani Italiani e Bielorussi, abbiamo usato sia il metodo a domanda chiusa – il questionario degli stili cognitivi elaborato da Branson e Harrison e modificato da Alexeev e Gromova, sia i metodi a domanda aperta le interviste scritte che lasciano ai soggetti la scelta libera.

Al secondo esperimento hanno partecipato studenti di discipline umanistiche, di cui i 73 italiani e 93 bielorussi.

La prima ipotesi concerne il rapporto tra lo stile cognitivo e le strategie di voto usate dai rappresentanti di ciascuno stile. Per spiegare questo rapporto abbiamo usato il termine "stabilità degli atteggiamenti impliciti" intesa come corrispondenza tra atteggiamenti iniziali e il voto dell'elettore.

Dalla nostra analisi del rapporto tra la stabilità e lo stile cognitivo prevalente emerge che le persone stabili e quelle instabili sono portatrici di stili diversi nella società italiana e quella bielorussa. Però abbiamo trovato anche le convergenze oppure le affinità tra i rappresentanti italiani e bielorussi degli stili analitico e idealista per quanto riguarda i parametri di conoscenze, stabilità e strategie del voto usate da queste persone.

Abbiamo trovato che le persone con l'indice conoscitivo alto sono anche le persone più stabili nelle società italiana e bielorusse. Sono rappresentanti degli stili cognitivi: analitico, realista e sintetico nel campione italiano e, rispettivamente, pragmatico, idealista, analitico e sintetico in quello bielorusso. Questi dati hanno confermato la nostra ipotesi n. 2 sulla dipendenza degli atteggiamenti e del comportamento dell'elettore dalle sue conoscenze politiche.

Non abbiamo confermato la nostra ipotesi, secondo la quale la decrescita dell'indice conoscitivo corrisponde all'aumento delle quantità di astensioni, come nel caso italiano. Questo suggerisce che le strategie del voto, a differenza degli atteggiamenti politici, dipendono maggiormente dalle caratteristiche individuali cognitive, nonché dall'introduzione del fattore moderatore – la manipolazione delle informazioni.

L'ipotesi n. 4 che riguarda l'impatto del fattore della manipolazione sul comportamento di voto ha ricevuto una conferma decisa dal nostro campione bielorusso; la conferma nel campione italiano è stata nettamente inferiore. La maggior parte dei partecipanti bielorusse che sono stati sottoposti alla manipolazione hanno cambiato i loro atteggiamenti, votando il partito opposto o astenendosi. Nel campione italiano, invece, la manipolazione ha evocato numerosi sospetti espliciti e non ha dissuaso i sostenitori dal votare il loro partito preferito.

I risultati del secondo esperimento sono importanti dal punto di vista pratico perché rendono possibile la misurazione degli atteggiamenti e delle preferenze degli elettori che si trovano in condizioni socio-politiche diverse. Un'altra implicazione importante della presente ricerca sta nell'approccio di misurare gli atteggiamenti e le scelte collettive non in base a quelle delle persone di spicco ma in base al valore complessivo delle scelte di gruppi diversi per il loro modo di elaborare le informazioni. Questa implicazione può aprire nuove frontiere per le ricerche sperimentali, nonché rendere più difficile l'uso del metodo della simulazione per generare opinioni pubbliche astratte.

Le ipotesi che sono emerse dopo il secondo esperimento sono:

- L'uso dell'astensione come strategia del voto è subordinata alle caratteristiche individuali dell'elettore che non vengono inglobate dal concetto dello stile cognitivo. L'astensione come strumento del comportamento politico non può essere utilizzata in maniera generale ovunque e in qualsiasi contesto politico, come non può essere condannata in termini dispregiativi dalle persone che non ne fanno uso.
- La capacità di rintracciare incongruenze nei programmi manipolati non dipende dal livello delle conoscenze politiche ma è sinonimo dell'inclinazione al pensiero critico, della capacità di interpretare i dati singoli come parte dell'intero. Questa capacità costituisce uno dei requisiti più importanti dell'elettore "ideale".
- I nomi degli stili cognitivi non riflettono gli stereotipi a loro associati. Per esempio, nonostante la loro appartenenza allo stile analitico che viene considerato quello più "riflessivo" e "cerebrale", i rappresentanti bielorusse hanno dimostrato di avere il comportamento che è di solito associato alle persone pragmatiche: andare secondo il

vantaggio privato, scendere a compromessi, essere flessibili. Questo significa che la descrizione degli stili dovrebbe essere ripensata in altri termini invece che in quelli del linguaggio comune.

Speriamo di verificare queste ipotesi durante ricerche successive. Il problema del comportamento di voto continuerà ad esistere finché gli elettori andranno a votare. Perciò lo studio dell'argomento in questione avrà sempre la sua attualità. Ciascuno dei paesi analizzati potrà beneficiare dallo scambio di studi in questo settore: la Bielorussia perché potrebbe usare il contributo italiano per migliorare la partecipazione politica dei suoi cittadini; l'Italia perché potrà riconsiderare le problematiche indigene sotto una prospettiva diversa e multilaterale. Speriamo che questo scambio culturale e scientifico continui per il beneficio di ogni partecipante.

Bibliografia

- Alexeev, A. e Gromova, L. 1993, *Cerchi di capirmi, per favore: un libro su come trovare il proprio stile cognitivo*, San Pietroburgo, Scuola d'economia.
- Althaus, S.L., 1998, "Information Effects in Collective Preferences", *American Political Science Review*, Vol. 92, No. 3: 545-558.
- Aristarchi, A.Q., 1998, *Nuove questioni di psicologia politica*, Milano, Giuffrè.
- Bartels, L., 1996, "Uninformed Votes: Information Effects in Presidential Elections", *American Journal of Political Science*, Vol. 40, No.1: 194-230.
- Bellucci, P., Segatti, P., a cura di, 2011, *Votare in Italia: 1968-2008*, Bologna, il Mulino.
- Benwell, B., Stokoe, E., 2006, *Discourse and identity*, Edinburgh: Edinburgh University press.
- Breslauer, G., Tetlock, P. E., (Eds), 1991, *Learning in U.S. and Soviet foreign policy*, Boulder, Westview Press.
- Carlson, R., 2012, "The Higher Mental Processes", *American Journal of Psychology*, Vol. 125, No. 1: 25-38.
- Catellani, P., 2011, *Psicologia politica*, Bologna, il Mulino.
- Cavazza, N., 1996, *La persuasione*, Bologna, il Mulino.
- Chilton, P., Schaffner, C., 2002, (Eds), *Politics as text and talk: analytic approaches to political discourse*, Amsterdam: J. Benjamins.
- Cialdini, R. B., 2002, *Le armi della persuasione. Come e perché si finisce col dire di sì*, Firenze, Giunti Gruppo Editoriale.
- Corbetta, P., Gasperoni, G., 2007, *I sondaggi politici nelle democrazie contemporanee*, Bologna, il Mulino.
- Delli Carpini, M. X., Keeter, S., 1996. *What Americans Know About Politics and Why it Matters*, New Haven, Yale University Press.
- Di Giovanni, P., 2007, *Psicologia della comunicazione*, Bologna, Zanichelli editore.
- Downs, A., 1957, "An economic theory of political action in democracy", *Journal of Political Economy*, Vol. 65, No. 2: 135-150.
- Eulau, H., 1968, "Political Behavior", *International Encyclopedia of Social Science*, Vol. 12, New York: Macmillan.
- Harrison, A.F., Branson, R.M., 1984, *The Art of Thinking*, New York, Berkley Books.
- Hermann, M. G., 1986, *Political Psychology*, Jossey-Bass Publishers.

- Honey P., Mumford, A., 1986, *Using your learning styles*, Maidenhead: Honey.
- Hunt, E., 1980, "Intelligence as an Information-Processing Concept", *British Journal of Psychology*, Vol. 71: 449-474.
- Jervis, R., 1976, *Perception and Misperception in International Politics*, Princeton University Press.
- Kalashnikova S., 2007. "Aspetti linguistici dello stile cognitivo nel discorso argomentativo", dissertazione per il conseguimento del titolo di dottore di ricerca, Università di Kaluga.
- Kholodnaya, M. A., 2004, *Stili cognitive: sulla natura della mente individuale*. Mosca-San Pietroburgo: Piter.
- Kolb, D. A., 1984, *Experimental learning: Experience as a source of learning and development*, New York: Prentice-Hall.
- Lodge, M., Steenbergen, M. R., Brau, S., 1995. "The Responsive Voter: Campaign Information and the Dynamics of Candidate Evaluation", *American Political Science Review*, Vol. 89, No. 2: 309-326.
- Lupia, A., 1994, "Shortcuts versus Encyclopedias: Information and Voting Behavior in California Insurance Reform Elections", *American Political Science Review*, Vol. 88, No.1: 63-76.
- Marcus, G.E., Neuman, W.R, Mackuen, M., 2000, *Affective Intelligence and Political Judgment*, Chicago: The University of Chicago Press.
- McGuire, W., 1993, *Explorations in Political Psychology*, Duke University Press.
- Piaget, J., 1967, *Lo sviluppo mentale del bambino*, Torino, Einaudi.
- Pirovano, F., 2001, *La comunicazione persuasiva nella vita professionale e privata*, Milano: De Vecchi Editore.
- Sniderman, P., Brody, R.A., Tetlock, P.E., 1991, *Reasoning and Choice*, Cambridge University Press.
- Villamira, M. A., 2007, *Comunicazione e interazione. Aspetti del comportamento interpersonale e sociale*, Milano, Franco Angeli.
- Wardell, D. M., Royce J. R., 1978, "Toward a multi-factor theory of styles and their relationship to cognition and affect", *Journal of Personality*, Vol. 46, No. 3: 474-505.
- Zaller, J., Feldman, S., 1992. "A Simple Theory of the Survey Response. Answering Questions versus Revealing Preferences", *American Journal of Political Science*, Vol. 36, No. 3: 579-616.

Sitografia

http://www.ilpopolodellaliberta.it/notizie/arc_15796.htm (messaggio di Silvio Berlusconi)

<http://www.partitodemocratico.it/elezioni09/>.

<http://www.youtube.com/watch?v=A3bYmg9tYwA> (messaggio di Dario Franceschini).

<http://www.youtube.com/watch?v=VbDOzC4zzIU> (messaggio di Roberto Saviano).

Appendice esperimento uno

Esperimento. Procedura. Fase A.

1) **Ascoltare (leggere) il messaggio 1**

<http://www.youtube.com/watch?v=9DiJeJtdnWc>) e rispondere alle domande.

- Quando sentite (leggete) parlare del “sostegno affettuoso”, della “vicinanza”, vi sentite orientati a ricambiare spontaneamente questo sentimento?
- Quando sentite (leggete) menzionare una vostra eventuale scelta precedente a favore dell’oratore, sentite desiderio di essere coerente ed appoggiarlo di nuovo?
- Quando apprendete che “gli Italiani hanno scelto” un certo partito, sentite desiderio di conformare i vostri comportamenti e valori a quelli dei vostri connazionali?

si	no
si	no
si	no

2) **Ascoltare (leggere) il messaggio 2**

<http://www.youtube.com/watch?v=A3bYmg9tYwA>) e rispondere alle domande.

- Quando sentite l’oratore parlare di “un’Italia straordinaria”, di “uomini e donne con coraggio e forza”, ve la sentite a ritornargli questo sentimento?
- Quando sentite menzionare una vostra eventuale scelta precedente a favore dell’oratore, sentite desiderio di essere coerente ed appoggiarlo di nuovo?
- Quando apprendete che l’oratore condivide i valori “delle nostre madri e dei nostri padri”, sentite desiderio di conformare i vostri comportamenti e valori a quelli dei vostri vicini?

si	no
si	no
si	no

3) **Ascoltare (leggete) il messaggio 3**

<http://www.youtube.com/watch?v=VbDOzC4zzIU>) e rispondere alle domande.

- Secondo voi, la gestualità e la mimica dell’oratore trasmettono l’idea della sua trasparenza e onestà?¹¹⁰

si	no
----	----

¹¹⁰ Questa domanda si riferisce solo all’esposizione al messaggio audio-visuale. La domanda corrispondente all’esposizione scritta è: “Secondo voi, l’autore è attendibile?”

- Quando sentite (leggete) l’oratore parlare in seconda persona singolare, per esempio, dire “quando vedi questo politico”, “a volte ti spezza il fiato”, vi rispecchiate in quello che lui sta dicendo?
- Quando l’oratore parla della sua esperienza personale, vi sentite vicino a lui?

si	no
si	no

4) Quale dei messaggi considerate il più e il meno convincente e perché? Rispondere in minimo 12 righe (massimo 20).

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

5) Fornire i dati per motivi statistici.

Sesso	Età	Ultimo titolo di studio conseguito (precisare ambito: tecnico, umanistico, linguistico ecc)
M F		

Grazie mille e arrivederci!

Testo 1

Un anno fa avete scelto di affidare a me e al Popolo della Libertà il compito di rilanciare il nostro paese dopo il malgoverno della sinistra, e noi, insieme, abbiamo vinto tante sfide. Abbiamo liberato la Campania dai rifiuti, abbiamo evitato il fallimento della nostra compagnia aerea di bandiera, abbiamo protetto le imprese e i risparmi da quella crisi che in molti altri paesi si è rivelata drammatica. Abbiamo garantito un soccorso immediato ai cittadini abruzzesi colpiti dalla tragedia del terremoto e ora stiamo dando a loro la speranza per ricominciare. Non ce l'avremmo fatta senza il sostegno affettuoso di tutti voi. La vostra vicinanza ci ha dato ogni giorno la forza per realizzare tutti questi successi.

Ora abbiamo davanti a noi un'altra sfida. Dobbiamo diventare il primo gruppo in Europa nel Partito Popolare Europeo per incidere sulle decisioni del Parlamento Europeo, e quindi per poter difendere al meglio gli interessi dell'Italia, gli interessi di ciascuno di noi in Europa. Un'Europa che deve dare ogni giorno di più opportunità a chi lavora e a chi studia, deve dare più sviluppo alle imprese, e che deve assicurare un aiuto concreto a tutti coloro che sono in difficoltà. Possiamo farcela, potremo farcela se staremo insieme. Noi, uomini e donne che amiamo la libertà in un unico grande popolo – il Popolo della Libertà.

Testo 2

C'è un'Italia straordinaria che sta affrontando la crisi. Sono uomini e donne che con coraggio e con forza ogni giorno si rimboccano le maniche per superare le difficoltà: una pensione troppo bassa, un figlio o una nipote che non trovano un posto di lavoro che hanno perso, i prezzi che crescono continuamente. Chi governa non può girare la testa dall'altra parte. I problemi vanno risolti perché voi ci avete scelto per risolverli. Oggi noi non governiamo, ma io so che un grande partito può fare il bene al proprio paese anche stando all'opposizione. Per questo abbiamo presentato proposte concrete per aiutare chi da solo non può farcela ad aspettare la fine della crisi: un assegno di disoccupazione per chi perde il posto di lavoro, un aiuto fiscale per i piccoli imprenditori, un aumento delle pensioni e degli stipendi più bassi. Per questo abbiamo chiesto che chi ha un reddito più alto da quello di noi parlamentari in su paghi un po' più di tasse nel 2009 per aiutare i più poveri.

La maggioranza ha bocciato nel Parlamento tutte le nostre proposte. Ma noi insisteremo finché avremo voce. La destra e Berlusconi hanno governato il paese per ben sei degli ultimi otto anni. E' tempo che ogni cittadino rifletta sulla distanza che c'è tra le promesse fatte prima delle elezioni e quello che è avvenuto dopo. Ma vi ricordate il rilancio di Malpensa? Il taglio delle tasse? L'eliminazione del bollo auto, le grandi infrastrutture, il poliziotto del quartiere? Dove sono finite tutte queste belle cose?

Noi del Partito Democratico vogliamo cambiare il paese. Ma per riuscirci abbiamo bisogno del vostro aiuto. Io mi sto confrontando con un avversario che ha mille volte più potere di me, che controlla tutto, che ha i miliardi, le televisioni. Ma farò questa battaglia fino in fondo semplicemente perché sento che è il mio dovere. C'è di mezzo il futuro della nostra democrazia. C'è rischio di risvegliarsi dopo le elezioni di giugno in un paese finito sotto un padrone assoluto. E solo un grande partito può evitare che questo accada. Le nostre madri, i nostri padri ci hanno mostrato cosa sono l'onestà, la lealtà, cosa significa aiutarsi gli uni con gli altri. Noi abbiamo il dovere di trasmettere questi valori ai nostri figli e ai nostri nipoti. Noi dobbiamo impedire che quei valori vengano spazzati via da un mondo in cui vince soltanto l'egoismo. Se con il tuo voto ci darai più forza, le cose cambieranno presto. Non è una promessa – è un mio impegno, e lo manterrò.

Testo 3.

...e riceve questa scheda. Questa scheda se la mette in tasca e va a votare. Quando va a votare lo scudatore gli dà una scheda da votare, va nella cabina, la scheda che gli ha dato lo scudatore la chiude e la sostituisce con quella che gli ha dato l'organizzazione, già votata. Prende la scheda dell'organizzazione e la mette, e la mette lì, nell'urna. L'altra tiene in tasca e va via. Quell'altra, ancora vergine, la riporta all'organizzazione, dimostrando che quindi lui è andato a votare, riceve i soldi, e quella scheda va al prossimo. E così via, così via, così via, e così controllano il voto. E così la democrazia spesso, spesso, è determinata da questi meccanismi. E quando vedi un politico dici, come è pensabile che è eletto, ma chi l'ha eletto? Non sa parlare, ha quel curriculum vitae...non è pensabile! Spesso sono questi voti ad averlo eletto. Tornando alle famose ore, aspettando ma quali sono le Regioni che determinano la maggioranza? Spesso sono le Regioni dove il voto è stato determinato così, dove il voto è stato comprato per 25 euro. Le persone che l'hanno venduto non si sentono in colpa: perché, almeno c'ho guadagnato 50 euro. Allora, ragionare così ti convince che le cose non possono mai cambiare. Ragionare così ti spezza il fiato, ti fa venire la voglia di raccontare queste storie.

Appendice esperimento due

FASE A. Questionario “Conoscenze politiche”. Per completare questo compito, dovete rispondere alle 10 domande. Per alcune di esse c'è più di una risposta corretta. Dovete indicare tutte le risposte corrette.

1. SCEGLIERE LA DEFINIZIONE CHE CORRISPONDE MEGLIO AL CONCETTO “DEMOCRAZIA”:

- a) il governo politico effettuato direttamente dalla gente o tramite i rappresentanti eletti;
- b) il potere della folla o della massa sostenuto mediante l'esautorazione dei rappresentanti legittimi del governo;
- c) il sistema del governo in cui lo stato ha un controllo totale in tutte le sfere di vita della gente;
- d) la forma del governo politico in cui il potere è concentrato nelle mani di un piccolo gruppo d'élite, spesso non scelto dalla gente.

2. QUALE PRINCIPIO E' ESPRESSO DALL'ARTICOLO 5 DELLA COSTITUZIONE ITALIANA che vieta ogni forma di secessione o di cessione territoriale?

- a) il principio di laicità;
- b) il principio pluralista;
- c) il principio di uguaglianza di tutti cittadini;
- d) il principio dell'unità e indivisibilità della Repubblica.

3. LE MONARCHIE COSTITUZIONALI ESISTONO IN...?

- a) Ungheria;
- b) Kuwait;
- c) Spagna;
- d) Svezia.

4. COME SI CHIAMA L'ORGANO SUPERIORE DEL POTERE LEGISLATIVO IN ITALIA?

- a) Parlamento;
- b) Consiglio Superiore delle magistrature;

c) Governo;

d) Corte Costituzionale.

5. QUALI DEI COMPITI SEGUENTI SONO ESEGUITI DAL PARLAMENTO:

a) approvare il bilancio statale;

b) eseguire il bilancio statale;

c) condurre le negoziazioni internazionali;

d) partecipare nella formazione del governo;

f) approvare le leggi.

6. QUALI DEI SEGUENTI PARTITI APPARTENGONO AL BLOCCO DEI PARTITI DI DESTRA?

a) Partito Democratico;

b) Lega Nord;

c) L'Italia dei Valori;

d) Popolo della Libertà;

e) Unione di Centro (UDC).

7. QUALI DEI SEGUENTI PARTITI APPARTENGONO AL BLOCCO DEI PARTITI DI SINISTRA?

a) Partito Comunista Italiano;

b) Lega Nord;

c) Sinistra, Ecologia e Libertà;

d) Partito Democratico;

e) L'Italia dei Valori.

8. SOTTO TROVATE UN ELENCO DI AZIONI POLITICHE. ALCUNE DI ESSE POSSONO AIUTARE A RAGGIUNGERE UN ACCORDO TRA I SOGGETTI DELLA VITA POLITICA CHE SI TROVANO IN CONFLITTO. IDENTIFICARE QUESTE AZIONI.

a) condurre le negoziazioni con la partecipazione di tutte le parti interessate;

b) riconoscere gli interessi dell'altra parte come aventi diritto ad esistere;

- c) scambiarsi affermazioni sulla possibilità dell'uso di forza per risolvere il conflitto;
- d) convincere l'avversario che il suo punto di vista è assurdo e non ha diritto ad esistere;
- e) rinunciare alle accuse reciproche e cercare le cose che accomunano.

9. CHE COS'E' LA SOVRANITA' NAZIONALE?

- a) lotta per il potere;
- b) lotta per l'indipendenza nazionale;
- c) l'organizzazione amministrativa e territoriale del paese;
- d) il potere supremo nell'ambito dello stato.

10. ABBINARE I CONCETTI CON LE DEFINIZIONI ADATTE: IMPEACHMENT (1), SPEAKER (2), QUORUM (3), FRAZIONE (4). SCRIVERE IL NUMERO ASSOCIATO AL TERMINE CORRETTO NEI QUADRETTI A DESTRA.

- a) procedimento formale che accade quando un titolare di carica pubblica è accusato di aver commesso azioni illecite e può essere rimosso dal suo posto;
- b) il numero minimo di persone o elettori affinché una votazione sia considerata valida;
- c) presidente della Camera dei Deputati;
- d) un gruppo in parlamento composto dai membri dello stesso partito o di alcuni partiti che hanno formato la coalizione.

FASE B. VALUTAZIONE DEI CANDIDATI.

- 1) Leggere i possibili comportamenti dei candidati al Parlamento Europeo. Sul modulo del questionario nel quadretto a destra in ogni riga mettete i numeri: 5, 4, 3, 2 oppure 1, indicando la vostra valutazione verso ogni tipologia di candidato riportata: da 5 (molto positivo), 4 (abbastanza positivo), 3 (neutrale), 2 (abbastanza negativo) a 1 (molto negativo).
- 2) Indicare nell'apposito quadretto a quale partito, Popolo della Libertà (PDL) o Partito Democratico (PD) appartiene ogni candidato.

	ATTEGGIAMENTO	PDL/PD
1. Il candidato che vuole difendere al meglio gli interessi dell'Italia in Europa;		
2. Il candidato che pensa che l'Unione Europea debba dare più opportunità ai lavoratori e agli studenti;		
3. Il candidato che propone di dare un assegno di		

disoccupazione per chi perde il posto di lavoro;		
4. Il candidato che pretende che l'Unione Europea dia più aiuto concreto a tutti coloro che sono in difficoltà;		
5. Il candidato che vuole dare un aiuto fiscale per i piccoli imprenditori;		
6. Il candidato che vuole aumentare le pensioni e abbassare gli stipendi;		
7. Il candidato che chiede: "Chi ha un reddito più alto da quello di noi parlamentari in su paghi un po' più di tasse";		
8. Il candidato che vuole estendere il diritto di voto ai migranti;		
9. Il candidato che vuole facilitare la procedura del licenziamento;		
10. Il candidato che promette le agevolazioni fiscali.		

3) Leggere le informazioni sui candidati al Parlamento Europeo. Indicare la vostra considerazione verso questo candidato: da 5 (molto positivo), 4 (abbastanza positivo), 3 (neutrale), 2 (abbastanza negativo) a 1 (molto negativo).

	MARIO ROSSI, POPOLO DELLA LIBERTA'	PINO GRANDI, PARTITO DEMOCRATICO
Dati biografici	Data di nascita: 11 febbraio 1964. Luogo di nascita: Bologna. Laurea specialistica in Management, Politecnico di Torino. Carriera: Marina Militare (1982-87); membro del Consiglio Municipale (1990-1994), Vice-sindaco di Milano (1994-2002), Deputato al Parlamento (2002-presente). Sposato, ha due figlie.	Data di nascita: 4 marzo 1963. Luogo di nascita: Milano. Laurea specialistica in Economia e Gestione Aziendale, Università Bocconi. Carriera: Compagnia Aerea Italiana (1982-1985); membro del Consiglio Regionale (1988-1999); deputato al Parlamento (1999-presente). Sposato, ha tre figli.
Unione Europea	Il candidato crede nella validità del modello sociale europeo e occidentale. Il suo partito si richiama alla più grande forza politica europea, il Partito dei Popoli europei. Le radici giudaico-	Il candidato vuole imboccare la strada del multilateralismo, scelta obbligata di fronte a un processo di globalizzazione sempre più esteso che chiede di gestire crisi

	cristiane dell'Europa e la sua comune eredità culturale classica ed umanistica, insieme con la parte migliore dell'illuminismo, sono le fondamenta della sua visione della società.	economiche e politiche coinvolgendo tutta la comunità internazionale e i tanti nuovi paesi emergenti.
Famiglia	Il candidato propone una società basata sui valori liberali e cristiani, sulla famiglia naturale fondata sul matrimonio, formata dall'unione di un uomo e di una donna, nella quale far nascere, crescere ed educare i figli.	Il candidato ritiene che l'infanzia e l'adolescenza sia un investimento per il presente e il futuro del paese e chiede di aumentare le spese per i servizi di cura e assistenza dell'infanzia e investire più nella scuola.
Sanità	Il candidato sa che i valori umanistici e cristiani si confrontano con i risultati del progresso scientifico, in particolare in ambito biomedico. Il candidato pensa che la libertà e il progresso della ricerca biomedica vadano salvaguardate.	Il candidato propone di estendere le agevolazioni sanitarie a più categorie della gente, non solo alle persone il cui datore di lavoro è disposto di pagare i premi per coprire le spese mediche.
Istruzione	Per quel che riguarda l'istruzione, il candidato vuole una società, nella quale tutti i giovani, senza distinzione di ceto sociale, vadano a scuola per conseguire un diploma o una laurea di qualità.	Il candidato pensa che la scuola debba essere pubblica, inclusiva, della cittadinanza, aperta al cambiamento sociale, economico, impegnata nel rinnovamento dei saperi e della didattica.
Deficit di bilancio	Il candidato pensa che l'Italia ha un sistema politico ed economico solido e propone come misura anti-crisi la riforma dello Statuto dei lavoratori, la razionalizzazione della spesa pubblica e privatizzazione.	Il candidato è contrario ai tagli lineari, e non selettivi, operati sulla spesa pubblica. Secondo lui, bisogna ridurre i costi della politica e della Pubblica Amministrazione e introdurre più misure fiscali contro i più ricchi.
Immigrazione	Il candidato pensa la sicurezza dell'identità Italiana davanti all'immigrazione è molto importante. Proprio per questo bisogna rafforzare le tradizioni e l'identità italiana.	Il candidato pensa che la realtà dell'immigrazione in Italia è un fatto positivo se correttamente gestita perché può corrispondere alle necessità dell'economia italiana e delle famiglie.

Tasse	Il candidato pensa che lo Stato debba sostenere una politica di deduzioni fiscali, come è quella del cinque per mille, nei confronti di quei cittadini che sostengono finanziariamente il volontariato, il non profit, le associazioni private senza scopo di lucro. Il candidato propone di ridurre la tassazione al 5% per cinque anni a tutte le nuove imprese, ai giovani e ai disoccupati.	Il candidato propone di riformare il fisco, anziché aumentare le imposte. Si tratta non di abbassare le tasse ma di spostare i pesi, per esempio, adeguare a livello europeo le aliquote sulle rendite finanziarie dal 12.5% al 20%. Così si ottengono le risorse sufficienti per ridurre il carico fiscale sulle famiglie a reddito più basso.
Giustizia	Secondo il candidato, uno degli obiettivi più importanti rimane la lotta alla criminalità organizzata: bisogna distruggere tutte le organizzazioni criminali. Un altro problema da risolvere è l'emergenza affollamento nelle carceri. A questo proposito si potrebbe pensare di far scontare ai detenuti l'ultimo anno di carcere ai domiciliari.	Il candidato pensa che bisogna provvedere alla riorganizzazione del sistema giudiziario, prima che ridurre le spese, altrimenti si può provocare il collasso. Lui propone di abbattere i tempi del processo e di rendere le condizioni di vita in carcere più umane per tutti detenuti.
Lavoro	Il candidato vuole semplificare la procedura del licenziamento e far sì che sciogliere i contratti diventi più facile. Il giudice interverrà solo per i casi disciplinari e discriminatori. Come misura di sicurezza, propone di dare ai lavoratori due indennità: una di preavviso e un'altra per la ricollocazione.	Il candidato pensa che la tendenza solo a favorire la possibilità di licenziare può aumentare il tasso di disoccupazione. Bisogna reintrodurre la tutela per le giovani madri dal licenziamento in bianco, abolire le forme del lavoro precario, come il lavoro a chiamata e lo staff leasing.
Ambiente	Il candidato vuole privatizzare la gestione dei rifiuti, dei servizi pubblici locali, con incentivi per spingere i comuni a cedere le proprie aziende ai privati. La logica è che vendere le società pubbliche porta sollievo per i disastrati conti dello stato, insieme a efficienza e crescita economica.	Il candidato propone di spostare la priorità dall'emergenza alla prevenzione; dare corso a un Piano nazionale straordinario per la difesa del suolo; razionalizzare la governance, orientare la produzione sulla qualità ecologica.

Fase C. Questionario “Stili cognitivi”

1) Lo scopo di questo questionario è aiutarvi a determinare qual è il vostro stile cognitivo preferito, il vostro modo di porre le domande e prendere le decisioni. Ogni domanda consiste in una affermazione seguita da cinque possibili risposte. Il vostro compito è indicare la misura in cui ogni risposta corrisponde a voi. Sul modulo del questionario nel quadretto a destra di ogni risposta mettete i numeri: 5, 4, 3, 2 oppure 1, indicando la misura in cui la stessa corrisponde a voi: da 5 (il massimo di corrispondenza) a 1 (il minimo di corrispondenza). Anche se due o più di continuazioni vi sembrano uguali nella loro corrispondenza, cercate di sceglierne una. Ogni continuazione deve ricevere il suo numero: 5, 4, 3, 2, 1.

A. QUANDO C'È UN CONFLITTO DI IDEE TRA LE PERSONE, IO DO PREFERENZA ALLA PARTE CHE:

1. Cerca di esprimere apertamente il conflitto	
2. è la più brava ad esprimere i valori e ideali coinvolti	
3. è la più brava a riflettere quello che penso io	
4. è la più logica e coerente nell'analizzare la situazione	
5. presenta gli argomenti nel modo più breve e convincente	

B. QUANDO INIZIO A LAVORARE SU UN PROGETTO INSIEME AD UN GRUPPO, LA COSA PIÙ IMPORTANTE PER ME È:

1. capire gli scopi e significato di questo progetto	
2. rilevare gli scopi e valori dei partecipanti del gruppo di lavoro	
3. determinare come sarà svolto il lavoro sul progetto	
4. capire qual è il beneficio che possiamo trarre da questo progetto	
5. assicurare che il lavoro sul progetto inizi e sia organizzato	

C. IN GENERALE, METABOLIZZO LE IDEE NUOVE NEL MODO MIGLIORE QUANDO POSSO:

1. collegarle a quello che faccio adesso o che farò nel futuro	
2. applicarle alle situazioni concrete	
3. concentrarmi e analizzare le idee dettagliatamente	
4. capire quanto sono simili a ciò a cui sono già abituato	
5. contrapporle alle idee diverse	

D. DI SOLITO PER ME GRAFICI, SCHEMI E DISEGNI NEI LIBRI E NELLE RICERCHE SONO:

1. più utili del testo se sono precisi	
2. utili se riflettono chiaramente i fatti importanti	
3. utili se rafforzati e chiariti dal testo	
4. utili se fanno venire a galla le questioni del testo	
5. utili tanto quanto altre informazioni e non di più	

E. SE MI OFFRISSERO DI FARE UNA RICERCA, COMINCEREI DA:

1. un tentativo di determinare il suo posto in un contesto più ampio	
2. determinare se la potrò fare da solo o se mi servirebbe un aiuto	
3. una riflessione e supposizione sugli eventuali risultati	
4. una decisione se in generale dovrei fare questa ricerca	
5. un tentativo di formulare il problema nel modo più preciso possibile	

F. SE DOVESSI RACCOGLIERE INFORMAZIONI DAI MEMBRI DI QUALCHE ORGANIZZAZIONE SUI PROBLEMI QUOTIDIANI CHE LI RIGUARDANO, COMINCEREI PROBABILMENTE DA:

1. incontrarli individualmente e porre alcune domande a ciascuno di loro	
2. organizzare un incontro generale e chiedere loro di esprimere le loro opinioni	
3. interrogarli in piccoli gruppi, facendo domande di carattere generale	
4. incontrare non ufficialmente le persone importanti e capire i loro punti di vista	
5. chiedere ai membri dell'organizzazione di fornirmi tutte le informazioni pertinenti di cui sono in possesso (preferibilmente nella forma scritta)	

G. PROBABILMENTE CONSIDERO QUALCOSA COME GIUSTO E VERO SE QUESTO "QUALCOSA":

1. ha resistito contro un approccio apposto	
2. è coerente con altre cose a cui credo	
3. è stato confermato dalla pratica	
4. può essere provato logicamente e scientificamente	

5. può essere provato personalmente in base a fatti osservabili	
---	--

H. QUANDO LEGGO UN ARTICOLO SUL GIORNALE NEL MIO TEMPO LIBERO, QUESTO ARTICOLO MOLTO PROBABILMENTE SARÀ:

1. su come una persona è riuscita a risolvere un problema personale o sociale	
2. dedicata ad una questione politica, sociale o ad un dibattito	
3. su una ricerca scientifica o storica	
4. su una persona o un avvenimento interessante e simpatico	
5. preciso, senza invenzione, su un'esperienza personale di qualcuno	

I. QUANDO LEGGO UNA RELAZIONE, PRESTO LA MAGGIOR ATTENZIONE A:

1. la vicinanza delle conclusioni alla mia esperienza personale	
2. la possibilità di mettere in pratica le raccomandazioni fornite	
3. l'affidabilità e approvazione dei risultati	
4. la comprensione da parte dell'autore degli scopi e compiti della ricerca	
5. l'interpretazione dei dati	

J. QUANDO MI VIENE POSTO UN COMPITO, LA PRIMA COSA CHE VORREI SAPERE È:

1. qual è il metodo migliore per farlo	
2. chi vuole che questo compito sia fatto e quando deve essere pronto	
3. perché devo fare questo compito	
4. qual è l'impatto che questo compito avrà su altri compiti da risolvere	
5. qual è il beneficio immediato	

K. DI SOLITO IO SO IL MASSIMO SUL COMPITO CHE DEVO FARE PERCHÉ:

1. capisco come questo compito è collegato a quello che conosco già bene	
2. inizio a lavorare prima possibile	
3. ascolto i punti di vista diversi sul problema	
4. c'è qualcuno che mi fa vedere come si può fare	

5. analizzo in modo dettagliato come può essere fatto in modo migliore	
--	--

L. SE DOVESSI DARE UN ESAME, PREFERIREI:

1. un elenco delle domande obiettive, orientate sul problema	
2. una discussione con altre persone che devono dare l'esame	
3. una presentazione orale e dimostrazione di quello che so	
4. un messaggio in una forma libera su come ho applicato quello che ho imparato	
5. un rapporto scritto che ingloba la storia del problema, la teoria e il metodo	

M. LE PERSONE CHE RISPETTO DI PIÙ SONO:

1. filosofi e scienziati famosi	
2. scrittori e insegnanti	
3. leader di business e politica	
4. economisti e ingegneri	
5. contadini e giornalisti	

N. IN GENERALE TROVO LE INFORMAZIONI UTILI SE:

1. sembrano consone alle teorie e idee che ho imparato già	
2. spiegano le cose in modo nuovo	
3. sono capaci di spiegare in modo sistematico una complessità di interconnessioni	
4. servono per chiarire la mia esperienza e osservazioni personali	
5. hanno applicazioni pratiche	

O. QUANDO LEGGO UN ARTICOLO SU UNA QUESTIONE DISCUTIBILE, PREFERISCO CHE:

1. mostri i benefici che comporta, prendendo una certa posizione	
2. presenta tutti i fatti durante la discussione	
3. identifichi tutte le questioni discutibili in un modo logico e coerente	
4. dimostri i valori dell'autore	
5. mostri chiaramente tutti i lati del conflitto e la sua essenza	

P. QUANDO LEGGO UN LIBRO VOLONTARIAMENTE PER APPROFONDIMENTO LO FACCIO MAGGIORMENTE PERCHÉ:

1. sono interessato(a) a perfezionare le mie capacità professionali	
2. una persona che rispetto me l'ha indicato come utile	
3. vorrei aumentare la mia cultura generale	
4. vorrei uscire fuori dai limiti scolastici	
5. vorrei sapere di più sull'argomento	

Q. SE AFFRONTASSI PER LA PRIMA VOLTA UN PROBLEMA TECNICO:

1. cercherei di collegarlo con una teoria più ampia	
2. cercherei i modi per risolverlo	
3. riflettere sui modi alternativi per risolverlo	
4. cercherei i metodi con cui questo problema è stato già risolto	
5. cercherei il procedimento migliore per risolverlo.	

R. PARLANDO IN GENERALE TENDO A:

1. trovare i metodi che funzionano e usarli al massimo	
2. cercare di capire come metodi diversi potrebbero funzionare insieme	
3. scoprire metodi nuovi e migliori	
4. trovare i modi per fare lavorare meglio i metodi esistenti	
5. cercare di capire come e perché i metodi esistenti devono funzionare	

Esperimento gruppo due (messaggi manipolati)

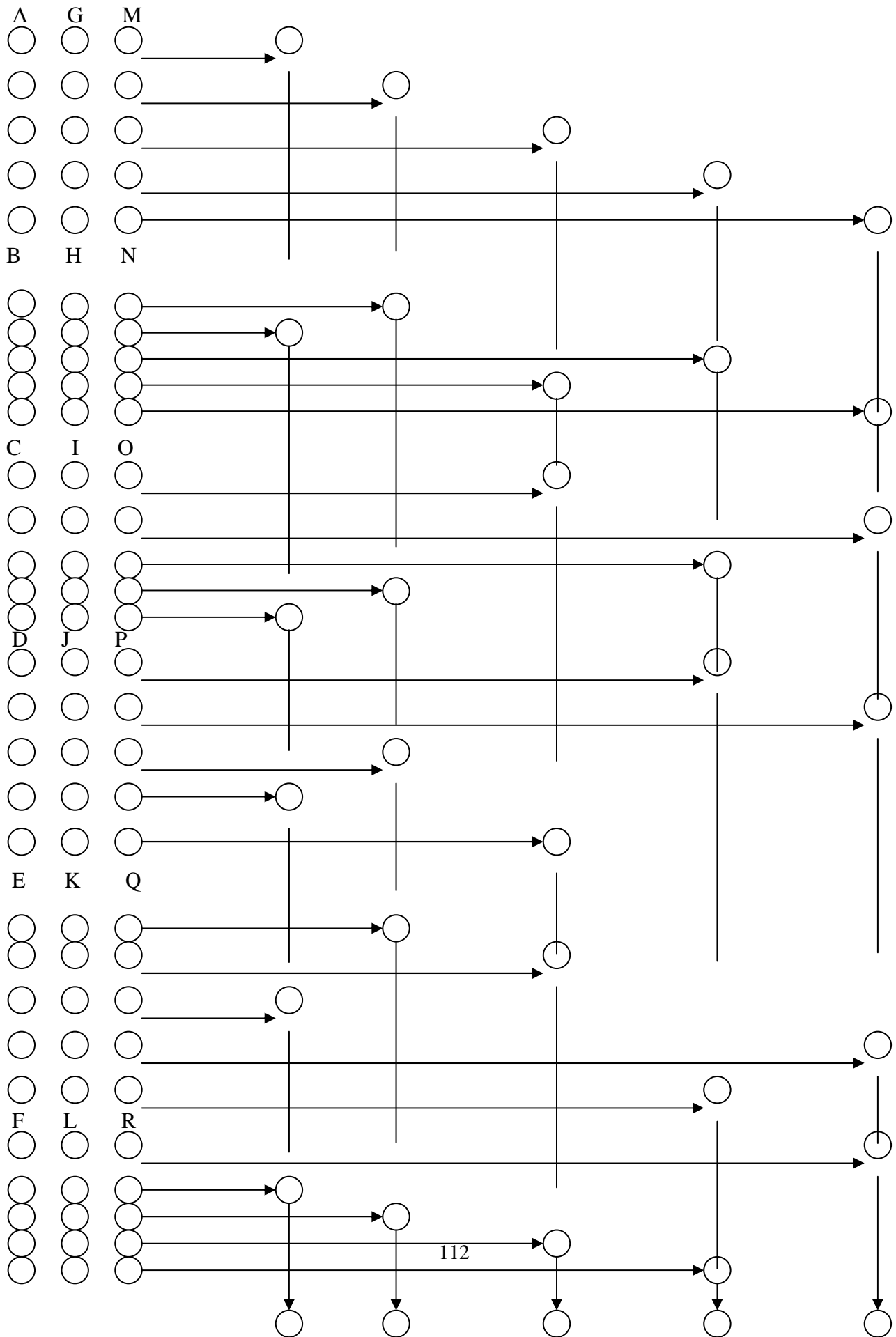
	MARIO ROSSI, POPOLO DELLA LIBERTA'	PINO GRANDI, PARTITO DEMOCRATICO
Dati biografici	Data di nascita: 11 febbraio 1964. Luogo di nascita: Bologna. Laurea specialistica in Management, Politecnico di Torino. Carriera: Marina Militare (1982-87); membro del	Data di nascita: 4 marzo 1963. Luogo di nascita: Milano. Laurea specialistica in Economia e Gestione Aziendale, Università Bocconi. Carriera: Compagnia

	Consiglio Municipale (1990-1994), Vice-sindaco di Milano (1994-2002), Deputato al Parlamento (2002-presente). Sposato, ha due figlie.	Aerea Italiana (1982-1985); membro del Consiglio Regionale (1988-1999); deputato al Parlamento (1999-presente). Sposato, ha tre figli.
Unione Europea	Il candidato vuole imboccare la strada del multilateralismo, scelta obbligata di fronte a un processo di globalizzazione e coinvolgere tutta la comunità internazionale e i tanti nuovi paesi emergenti.	Il candidato crede nella validità del modello sociale europeo e occidentale. Le radici giudaico-cristiane dell'Europa e la sua comune eredità culturale classica ed umanistica sono le fondamenta della sua visione della società.
Famiglia	Il candidato propone una società basata sui valori liberali e cristiani, sulla famiglia naturale fondata sul matrimonio, formata dall'unione di un uomo e di una donna, nella quale far nascere, crescere ed educare i figli.	Il candidato ritiene che l'infanzia e l'adolescenza sia un investimento per il presente e il futuro del paese e chiede di aumentare le spese per i servizi di assistenza.
Sanità	Il candidato sa che i valori umanistici e cristiani si confrontano con i risultati del progresso scientifico, in particolare in ambito biomedico. Perciò la libertà e il progresso della ricerca biomedica vadano salvaguardate.	Il candidato propone di estendere le agevolazioni sanitarie a più categorie della gente, non solo alle persone il cui datore di lavoro è disposto di pagare i premi per coprire le spese mediche.
Istruzione	Il candidato pensa che la scuola debba essere pubblica, inclusiva, della cittadinanza, aperta al cambiamento sociale, economico, impegnata nel rinnovamento dei saperi e della didattica.	Per quel che riguarda l'istruzione, il candidato vuole una società, nella quale tutti i giovani, senza distinzione di ceto sociale, vadano a scuola per conseguire un diploma o una laurea di qualità.
Deficit di bilancio	Il candidato pensa che l'Italia ha un sistema politico ed economico solido e propone come misura anti-crisi la riforma dello Statuto dei lavoratori, la razionalizzazione della spesa pubblica e privatizzazione.	Il candidato è contrario ai tagli lineari, e non selettivi, operati sulla spesa pubblica. Secondo lui, bisogna ridurre i costi della politica e della Pubblica Amministrazione e introdurre più misure fiscali contro

		i più ricchi.
Immigrazione	Il candidato pensa che la realtà dell'immigrazione in Italia sia un fatto positivo perché può corrispondere alle necessità dell'economia italiana e delle famiglie.	Il candidato pensa la sicurezza dell'identità Italiana davanti all'immigrazione è molto importante. Proprio per questo bisogna rafforzare le tradizioni e l'identità italiana.
Tasse	Il candidato pensa che lo Stato debba sostenere una politica di deduzioni fiscali nei confronti di quei cittadini che sostengono finanziariamente il volontariato, il non profit, le associazioni private senza scopo di lucro. Il candidato propone di ridurre la tassazione al 5% per cinque anni a tutte le nuove imprese, ai giovani e ai disoccupati.	Il candidato propone di riformare il fisco, anziché aumentare le imposte. Si tratta non di abbassare le tasse ma di spostare i pesi, per esempio, adeguare a livello europeo le aliquote sulle rendite finanziarie dal 12.5% al 20%. Così si ottengono le risorse sufficienti per ridurre il carico fiscale sulle famiglie a reddito più basso.
Giustizia	Il candidato pensa che bisogna provvedere alla riorganizzazione del sistema giudiziario, prima che ridurre le spese, altrimenti si può provocare il collasso. Lui propone di abbattere i tempi del processo e di rendere le condizioni di vita in carcere più umane per tutti detenuti.	Secondo il candidato, uno degli obiettivi più importanti rimane la lotta alla criminalità organizzata. Un altro problema da risolvere è l'emergenza affollamento nelle carceri. A questo proposito si potrebbe pensare di far scontare ai detenuti l'ultimo anno di carcere ai domiciliari.
Lavoro	Il candidato vuole semplificare la procedura del licenziamento e far sì che sciogliere i contratti diventi più facile. Come misura di sicurezza, propone di dare ai lavoratori due indennità: una di preavviso e un'altra per la ricollocazione.	Il candidato pensa che la tendenza solo a favorire la possibilità di licenziare possa aumentare il tasso di disoccupazione. Bisogna reintrodurre la tutela per le giovani madri dal licenziamento in bianco e abolire le forme del lavoro precario.
Ambiente	Il candidato vuole privatizzare la gestione dei rifiuti, dei servizi pubblici locali. La logica è che vendere le società pubbliche porta sollievo per i disastrati	Il candidato propone di spostare la priorità dall'emergenza alla prevenzione; dare corso a un Piano nazionale straordinario per la difesa

	conti dello stato, insieme a efficienza e crescita economica.	del suolo; orientare la produzione sulla qualità ecologica.
--	---	---

Modulo Decifratore



S I P A R

- 1) sommare i numeri orizzontali e scrivere il risultato nei cerchi accanto;
- 2) sommare i numeri verticali e scrivere il risultato nei cerchi sotto.