

23 maggio 2006

L'opinione pubblica di fronte a referenda e sondaggi

di Maria Concetta Pitrone

1. Cosa hanno in comune *referenda* e sondaggi? Innanzitutto, entrambi pongono domande ai soggetti. E quando si decide di porre domande per avere risposte bisogna chiedersi se le persone abbiano risposte per le nostre domande: *referenda* e sondaggi condividono l'esigenza (per la loro buona riuscita) di formulare domande vicine all'esperienza di vita dei soggetti, per cui i soggetti hanno appunto risposte. Basterebbe questa riflessione per decidere se fare un referendum oppure no, se somministrare una domanda in un'intervista oppure no.

In ogni caso, i *referenda* sono un tema centrale nel dibattito relativo alle varie concezioni ed espressioni dell'opinione pubblica. L'opinione pubblica, infatti, non è concepita solo come aggregazione di opinioni individuali (Gallup 1940; Cantril 1944) che si rilevano tramite sondaggio. Già sul finire degli anni quaranta del secolo scorso gli interazionisti simbolici (si pensi a Blumer 1948), e in genere i critici del comportamentismo, sostenevano che l'opinione pubblica scaturisce dall'incontro-scontro tra forze mobilitate. In epoca più recente, Bourdieu si è fatto sostenitore di questa interessante tesi, sottolineando il peso differenziato delle varie opinioni sostenute da attori sociali che hanno ruoli e capacità molto diverse di incidere sul processo di decisioni (1990). In quest'ottica, l'analisi delle 17 tornate elettorali referendarie che si sono celebrate in Italia dal 1946, e cioè del contesto politico, giuridico, culturale, delle forze e degli attori in gioco, può essere uno strumento utilissimo a chi voglia indire un referendum per capire quante possibilità abbia di ottenere il risultato sperato.

Sulla base di quanto anticipato, si tratterà di capire se e come interagiscono aspetti quali la capacità di mobilitazione dei diversi attori politici e sociali da un lato, e la natura stessa del quesito dall'altro. In altre parole, in alcuni *referenda* (divorzio, aborto) i temi erano immediatamente presenti al cuore e alla mente dei cittadini di qualunque istruzione e formazione culturale e politica. In altri casi, tradizioni giuridiche e politiche (alti tassi di partecipazione al voto, per esempio), o capacità di comunicare al pubblico l'importanza del referendum hanno contribuito a creare il suo successo o il suo fallimento -- almeno in termini di *quorum*.

Detto ciò, mi soffermerò su alcuni aspetti costitutivi del sondaggio, che a mio parere non sono lontani dalle tematiche relative al referendum. Mi riferisco agli assunti di fondo che giustificano il ricorso al

sondaggio come strumento legittimo di studio.

I sondaggi come i *referenda* sono uno strumento della democrazia che possono essere usati quindi solo in paesi democratici, in cui i soggetti non temono di rispondere a domande su argomenti di pubblico interesse; non hanno cioè alcuna preoccupazione nel rivelare a un estraneo le loro opinioni. Ciò significa anche che legittimano la tecnica, e la collegano a un'impresa conoscitiva cui vale la pena collaborare.

Queste condizioni sono pienamente soddisfatte in Italia e le menziono soltanto per sottolineare il ridicolo di notizie su sondaggi in Iraq, in Palestina, e altri paesi in cui non si conosce la democrazia, e/o le persone sono impegnate nella lotta per la sopravvivenza[1]:

Ma quando si parla di sondaggi che toccano problemi di interesse politico, è centrale per tutti i paesi del mondo un aspetto della questione che fatica a uscire dal cerchio degli studiosi e dei ricercatori più avvertiti (spesso quelli meno presenti sui media). Lo chiamerò il problema della centralità dell'opinione, strettamente collegato anche ai *referenda*, cui ho già accennato in altri termini in apertura di queste note.

Nel momento in cui rivolgiamo una domanda all'intervistato assumiamo impropriamente che

a il soggetto abbia uno stato sulla proprietà in questione; ma in realtà assumiamo che abbia un'opinione su qualunque argomento appaia interessante ai sondaggisti e/o i loro committenti.

Si tratta del *democratic bias*, che poggia a sua volta sul mito del *one-man one-vote*, di cui parla Galtung (1967): se tutti hanno diritto di voto hanno diritto di essere ascoltati su tutto.

Il *democratic bias* implica ovviamente che la maggior parte dell'opinione pubblica sia informata e interessata ai temi politici generali. Ma un secolo di esperienza di ricerca segnala la debolezza di questo assunto. Nel 1964 un ricercatore americano si accorse che "il 62% degli americani non sapeva che l'Unione Sovietica non faceva parte della Nato; l'86% non sapeva chi fosse Sukarno" (Kinder e Sears, 1985)[2].

Nello stesso periodo Philip Converse segnalò il pericolo di rilevare atteggiamenti che non esistono: tra il 1956 e il 1960 l'Institut for Social Research dell'università del Michigan somministrò lo stesso questionario per tre volte alle stesse persone, su problemi quali l'abolizione della segregazione razziale, la necessità di sostegno alla scuola pubblica, all'edilizia abitativa, etc., registrando fortissime fluttuazioni. Secondo Converse le fluttuazioni si spiegano con l'assenza di opinioni: alle relative domande le persone rispondevano a caso; solo una minoranza dimostrava di avere opinioni salde e ben radicate[3]: "per il resto della popolazione, le sequenze di risposte nel corso del tempo sono statisticamente casuali" (1964).

Ma già decenni prima Lippman (1922) aveva sostenuto che il favoleggiato interesse del pubblico per la cosa pubblica era scarso, e forse sarebbe stato patologico, considerando più naturale che ciascuno si occupasse dei suoi personali affari. E' nota ai politologi la teoria che una scarsa partecipazione al voto, per esempio, possa essere un segno di benessere del sistema politico, che mostra di essere accettato dall'elettorato, che si volge quindi tranquillamente al disbrigo dei suoi affari (tra gli altri Bendix 1976). Io modestamente mi permetto di dissentire, e con me prestigiosi politologi che negli ultimi decenni hanno lamentato e indagato la diminuita partecipazione politica in Italia[4].

In ogni caso, diverse ricerche mostrano che i cittadini considerano elementi fondamentali per la loro soddisfazione generale

v gli affetti familiari,

v il lavoro,

v il successo, etc.

In una ricerca americana in cui si chiedeva all'intervistato di ordinare 12 oggetti cognitivi in funzione del loro contributo alla sua soddisfazione generale, l'operato del governo occupava il 10° (Campbell 1981).

Sembrerebbe in piena sintonia con queste risultanze una ricerca dell'ISPO (del novembre del 2005)[5] in cui il 69% si dichiara poco o per nulla interessato alla politica. E mi riferisco a campione di circa 3700 intervistati che per il fatto stesso di partecipare a un panel, di avere un livello di istruzione un po' più alto della popolazione generale, una buona familiarità con strumenti telematici, potenzialmente dovrebbe esibire livelli di interesse politico più alti del resto della popolazione, e non certo più bassi.

Il problema potrebbe essere posto in altro modo: chi commissiona e svolge le indagini impone i temi, che non sono necessariamente quelli che interessano i cittadini. Si parla di "imposizione delle tematiche", di scelte operate dalle *élites* che dettano i temi del dibattito pubblico, processo ben noto nelle campagne elettorali: "i comuni cittadini possono essere fortemente interessati alle cure del cancro, ai problemi dell'assistenza pubblica, delle carenze del sistema pubblico di istruzione; ma gli argomenti che interessano le *élites* sono gli ostaggi americani in Iran, la politica estera[6]. L'imperversare di questi argomenti è rafforzata dai sondaggi che pongono domande su argomenti che interessano i loro committenti, i giornalisti piuttosto che il pubblico. Le domande sollecitano risposte su temi su cui i soggetti hanno opinioni superficiali, ignorando temi su cui molte persone hanno convinzioni ben strutturate" (Paletz e Entman, 1982; anche Bourdieu 1976)

D'altra parte, non si può nemmeno stabilire a priori che le persone non possano essere interrogate su temi etici delicati e apparentemente difficili, che comunque riguardano la loro vita, come l'eutanasia, o addirittura l'effetto placebo delle medicine (Alexander e Becker 1978). Diverse ricerche mostrano che allargando gli orizzonti oltre i questionari rigidamente impostati sulle teorie del ricercatore (Pawson 1995), adottando quindi domande aperte, o storie esemplari da commentare, si possono investigare dimensioni valoriali come l'universalismo- particolarismo, il senso di responsabilità, etc. (Marradi 2005).

2. La comprensione delle domande

Ma l'atto di domandare si basa su un altro assunto forte, e cioè che l'intervistato comprenda la domanda esattamente come previsto dal ricercatore, senza fraintendimenti sui termini e le espressioni usate.

Naturalmente non si tratta solo di condivisione di usi linguistici tra ricercatori e intervistati[7]. Ancora prima, si tratta di condividere concetti, spazi semantici, in altre parole le forme di concettualizzazione della realtà.

La pretesa coincidenza di concetti sfiora il ridicolo quando istituti ben noti e giornali seri riportano notizie sul livello di ottimismo nei diversi paesi del mondo dicendo che i più ottimisti[8], convinti che l'anno seguente sarà migliore del precedente, sono gli asiatici (più del 50%), gli abitanti del Medio oriente (47%), gli irakeni (49%). Gli europei sembrano invece i più pessimisti, con un esiguo 33% capace di vedere il futuro migliore del passato. Secondo qualche ricerca, gli africani si dichiarano felici in percentuale nettamente superiore alla maggior parte degli abitati di altri paesi europei, regolarmente sondati dall'Eurobarometre.

Né i ricercatori che conducono queste ricerche, né i giornalisti che presentano questi dati si fermano a considerare il problema del significato, nel caso specifico, di "felicità", "soddisfazione", etc. Che senso

ha esportare concetti da contesti culturali e linguistici tanto diversi? Nell'anno accademico 1995-6 ho distribuito ai miei studenti romani di Metodologia e tecnica della ricerca sociale il questionario che il ricercatore americano Robert Inglehart adotta nelle sue ricerche sui valori dei giovani in diversi paesi; ovviamente, non poche domande suscitavano l'ilarità dei giovani romani. Ed è a questa difficoltà che si deve essenzialmente la crisi delle ricerche comparate, a partire già dagli anni ottanta del secolo appena chiuso.

Ma il problema della comprensione, nel suo senso lato, va ben al di là di questi casi-limite. E si estende certamente ai quesiti referendari e a molte domande che si incontrano nei sondaggi. Ho dato uno sguardo a tutti i *referenda* celebrati, che differiscono notevolmente per vicinanza dei temi all'esperienza di vita dei soggetti, ma poco o niente in comprensibilità. Ovviamente è difficile pensare che i cittadini comuni possiamo interpretare e rispondere con cognizione di causa ai quesiti referendari, studiati in questa forma complessa da un legislatore che giustamente, a parer mio, diffidava di strumenti che saltano la mediazione del dibattito parlamentare. Ne consegue che quando il tema non appare immediatamente rilevante (vicino all'esperienza di vita), il compito di mediare tra *referenda* ed elettore è affidato interamente a partiti, e altri attori sociali che sappiano farsi carico del problema. Come già detto (vedi sez. 1), quando l'oggetto cognitivo era vicino alla loro esperienza di vita (divorzio, aborto, centrali nucleari, specialmente dopo Chernobyl) i cittadini hanno mostrato pochi dubbi sull'opportunità di andare a votare.

Ma laddove la rilevanza può non essere percepita immediatamente è necessaria la presenza di attori forti, una compattezza totale negli schieramenti che invitino a votare per una o l'altra posizione. Non si dimentichi che il Craxi che invitò inutilmente gli elettori a disertare le urne in occasione del *referendum* per la preferenza unica rappresentava infatti poco più dell'11% dell'elettorato. Ma l'invito viene accolto se arriva da settori più ampi dell'opinione pubblica mobilitata, su un tema -- per esempio la fecondazione assistita (vedi oltre sez. 2.1) -- percepito come difficile nella sostanza, oltre che nella formulazione.

2.1. Argomenti difficili^[9]

Ho già detto quanto infondata sia la pretesa che tutti abbiano un'opinione su tutto. In alcuni casi l'assunto si mostra assurdo. Nel 2003 il Censis chiede "chi deve avere la titolarità della decisione nel campo della ricerca biomedica", fornendo come esempio il Comitato biomedico, dando per scontato che tutti sappiano cosa sia, chi lo nomina, i suoi orientamenti prevalenti, etc. In ogni caso, anche in quella ricerca il 44% era favorevole all'uso delle cellule staminali embrionali, ma contrari alla clonazione degli esseri umani e degli animali in generale. Ma che senso ha fare domande su eventualità indefinite, che non hanno consistenza empirica, ma riecheggiano piuttosto temi fantascientifici?

Come si ricorderà, ad esempio, durante i lavori della Bicamerale, sono apparsi sondaggi che chiedevano agli intervistati, per esempio^[10] : "Nei giorni scorsi è stata avanzata l'idea di trasformare il nostro paese in una "repubblica presidenziale" come la Francia o gli Stati Uniti. A suo avviso si tratta di una proposta opportuna o non opportuna?". Il 36 la giudica opportuna^[11]. A una domanda diversa sullo stesso oggetto, "Lei personalmente gradirebbe che il presidente della repubblica fosse eletto direttamente dal popolo?"^[12] il 60% dice sì. L'alta percentuale è molto probabilmente effetto della parola 'popolo', caricata positivamente (Pitrone 1995); ma è segno anche dell'incertezza e della caducità dei risultati dei sondaggi su temi lontani dall'esperienza di vita degli intervistati. Come ha osservato Sartori, non si può pensare che tutti abbiano un'opinione significativa su quale forma di stato o di governo debba essere adottata: "presidenzialismo all'americana, semi-presidenzialismo alla francese o altro?" (1997).

E gli esempi di argomenti difficili non si fermano qui; nello stesso anno l'agenzia di sondaggi Cirm sottopone la domanda "Lei personalmente condivide la proposta di notificare subito l'avviso di garanzia nel momento di apertura di un fascicolo di indagine?"^[13]. Non è meno azzardata, dal punto di vista che

stiamo esaminando, la domanda sottoposta in un sondaggio pubblicato nel giugno del 2003 dal quotidiano La Repubblica. “Berlusconi vorrebbe introdurre in Italia l’immunità secondo il modello europeo. Lei è favorevole?”^[14]

Ma dovendo parlare di *referenda*, in particolare, è la vicenda del referendum sulla fecondazione assistita che suggerisce le riflessioni più pertinenti. Sul tema ci sono stati parecchi sondaggi nel tempo, più di una decina rintracciabili sul web. C’è stata anche una buona copertura mediatica e un dibattito che ha coinvolto vari settori e attori dell’opinione pubblica più qualificata -- in parte anche il mondo della ricerca scientifica che si è schierata su varie posizioni, subendo poi come una sconfitta, un segno della loro difficoltà di dialogare con il pubblico, il risultato del referendum^[15].

In particolare, una ricerca che ho condotto proprio poco prima del referendum fornisce qualche lume sul tema. Nella ricerca si è fatto ricorso “all’intervista sull’intervista”^[16], che permette di ricostruire

® i processi di comprensione della domanda, e

® di formulazione della risposta.

In merito all’ultimo punto, l’obiettivo è appurare se l’intervistatore è riuscito a superare la diffidenza degli intervistati, e ad aggirare gli effetti di desiderabilità sociale, ancora più radicati nei sistemi democratici, in cui le persone hanno molte remore a manifestare opinioni che non raccolgono il consenso della maggioranza (Noelle Neumann 1991).

Nell’adottare la tecnica abbiamo riproposto le domande usate da alcuni istituti di ricerca per esaminarne i processi di interpretazione. Le domande, dalla forma sintattica complessa, chiedevano quanto si fosse d’accordo a ciascuno dei seguenti punti:

-il divieto di ricerca sulle cellule staminali embrionali

-il divieto di conservazione e di soppressione degli embrioni

-l’obbligo di impianto nell’utero anche nel caso di ripensamento da parte della coppia

-l’obbligo di produrre non più di 3 embrioni e di impiantarli contemporaneamente

-il divieto di fecondazione eterologa, ovvero di fecondazione con il seme di un donatore esterno alla coppia

-il divieto di diagnosi di malattie genetiche e malformazioni sugli embrioni, prima dell’impianto nell’utero

Anche nella nostra ricerca emerge una maggioranza contraria “al divieto di ricerca sulle cellule staminali”, e a tutti gli altri divieti imposti dalla legge.

Ma le domande aperte di approfondimento, e i commenti spontanei che la stessa forma flessibile dell’intervista sollecita, mostrano che i soggetti avevano difficoltà a rendersi conto di cosa fossero “le cellule staminali embrionali”, ma anche cosa significasse “soppressione” degli embrioni. Emerge inoltre che nemmeno il termine/concetto ‘embrione’ era chiaro.

Ma l’aspetto più interessante è che gli intervistati chiamavano in causa la loro inesperienza, rivendicavano il diritto di non essere informati e competenti, dichiarandosi fortemente imbarazzati a prendere posizione.

Per inciso, questa ritrosia fa giustizia dell'idea favoleggiata da alcuni di una vicina democrazia assembleare, basata sulle decisioni dei cittadini consultati continuamente attraverso sondaggi elettronici.

E' vero che per alcuni versi, come osserva Rodotà, "internet permette al cittadino, di acquisire le stesse informazioni di cui il politico dispone nel momento in cui fa le sue proposte o prende delle decisioni e, sulla base di queste informazioni, devo poter formulare le mie proposte e farle arrivare a chi poi deve prendere la decisione. Alcuni stati americani, per esempio l'Alaska, l'Ohio, prevedono già che il cittadino possa far arrivare le sue osservazioni mentre il parlamento discute una legge" (1998). E' anche vero che questa appare certamente la forma auspicabile di partecipazione, che renderebbe il cittadino un attore competente del processo di decisione politica. Sarebbe la realizzazione compiuta della democrazia (Rodotà 1948), cui pensava anche Gallup quando diceva che i sondaggi sono il polso della democrazia (1948). In altri termini, tratteggia l'idealtipo del cittadino auto-diretto in grado di formarsi un'opinione autonoma e meditata, che ha perciò titolo a rispondere ai sondaggi e a prendere direttamente decisioni politiche.

Ma questa idea non tiene conto del "tempo di formazione dell'opinione", di cui le persone da noi intervistate si mostrano adeguatamente consapevoli. Come osserva Marletti, "di fronte a scelte decisive per sé e per la collettività il tempo per crearsi un'opinione può essere di gran lunga maggiore" di quello che lascia di solito un sondaggio, o una consultazione tramite internet (1989, 87). Acquisire le informazioni necessarie, riflettere, meditare e formarsi un'opinione sono attività e oneri che nelle democrazie moderne i cittadini delegano al legislatore eletto. Al momento, molti segni lasciano infatti intendere che in linea di massima, i cittadini pensano che le decisioni su temi delicati, come la fecondazione assistita, debbano essere prese dai politici, dagli esperti, dai professionisti della politica di weberiana memoria.

Tornando alla nostra ricerca, al netto delle distorsioni nella comprensione e nella formulazione delle risposte, le posizioni dei soggetti appaiono diverse: aumenta nettamente il consenso alla libertà di ricerca sulle cellule staminali e alla diagnosi pre-impianto.

Questo succede anche perché in alcuni casi la doppia negazione implicita nella formulazione incoraggiava a reagire all'oggetto principale della domanda, esprimendo, al primo punto, direttamente il favore alla ricerca, senza tener conto del fatto che la domanda chiedeva consenso al "divieto". In questo modo, la procedura standard dei questionari strutturati, che registra la risposta senza commenti, avrebbe posto questi soggetti sul versante opposto del *continuum* 'favore per la ricerca'.

I commenti alle risposte standard (molto/ abbastanza/ etc.) ribaltano il giudizio sulla fecondazione eterologa, che da positivo diventa negativo.

2.2. Questo panorama complesso e complicato traspare comunque anche dall'analisi attenta dei sondaggi, una decina circa, rintracciabili sui siti delle maggiori agenzie e su quelli istituzionali (autorità per le comunicazioni, sondaggipoliticoelettorali, etc.). Dal 2002 al 2005, i sondaggi registrano una sostanziale adesione alla libertà di ricerca, e a quella di ricorrere alla fecondazione assistita, con qualche riserva sulla fecondazione eterologa.

Ma nel tempo l'incertezza aumenta piuttosto che diminuire. Nel momento in cui si diffonde la consapevolezza che si sarà chiamati a esprimere un giudizio, gli intervistati si dichiarano poco informati, sempre più indecisi, e convinti che non si raggiungerà il *quorum*. Reazioni ovvie in presenza di una campagna che vede schierati, come si diceva e si sa, ampi e autorevoli settori della vita sociale e politica a favore dell'astensione.

Considerato che nei sondaggi

1. gli intervistati tendono a mostrarsi/ appaiono surrettiziamente più informati e partecipi di quanto siano;
2. nascondono spesso l'intenzione di non andare a votare, intenzione che non risponde all'ideale di cittadino partecipe e consapevole;
3. in genere si raggiungono le persone più partecipi, più estroverse (oltre che rintracciabili più facilmente a casa negli orari in cui gli intervistatori lavorano)

il destino del referendum era chiaro a tutti. I sondaggi potevano caso mai sovrastimare la partecipazione e non sottovalutarla. Infatti un sondaggio dell'Eurisko nel 2003, in cui 426 soggetti accettavano l'intervista, il 69% dichiaravano che sarebbero andati a votare. Ma in una ricerca di Datamedia in cui si intervistavano 1000 persone, il 65% diceva di non sapere del referendum; il 40% diceva che non sapeva se sarebbe andato a votare, il 36% che lo avrebbe fatto. Più o meno nello stesso periodo in un sondaggio commissionato da Rifondazione Comunista il 56% si diceva informato, il 31% che non sarebbe andato a votare.

3. La reazione dell'intervistato

Nei sondaggi i pericoli legati al fatto di sottoporre quesiti che le persone non capiscono o non suscitano interesse restano oscurati da due elementi che interagiscono, imputabili uno alla struttura stessa dei questionari, e l'altro alle reazioni dell'intervistato:

1. normalmente sottoponiamo domande strutturate, accompagnate cioè dalle alternative di risposta: l'intervistato non deve far altro che sceglierne una. Di conseguenza,
2. perché dovrebbe apparire così disinformato da non potere esprimere un parere quando il questionario gliene offre gentilmente uno con l'elenco delle alternative di risposta? Come abbiamo già detto, non sempre, anzi raramente, i cittadini hanno opinioni già preformate su tutti gli argomenti investigati dai sondaggisti; nella migliore delle ipotesi, piuttosto, si formano delle opinioni quando si trovano a contatto e si confrontano con ciascuna *issue*.

Come argutamente osserva Mueller, le persone, se interrogate, rispondono: “La situazione di intervista è un'esperienza sociale difficile. L'intervistato è sommerso da un set di domande su una varietà di argomenti, posti da un estraneo, solitamente ben istruito, che prende nota delle risposte su un foglio di carta. Poche persone sono abituate a vedere registrate fedelmente ogni loro risposta, e molti trovano l'esperienza lusinghiera, gratificante. Consapevoli che la loro opinione verrà registrata e conservata per anni, non desiderano apparire impreparati. Non stupisce perciò trovare persone che pontificano con autorità e “sincerità” su argomenti cui non avevano mai “pensato prima” (1993).

Fra l'altro, all'interesse dell'intervistato si aggiunge quello dell'intervistatore: un tasso troppo alto di “Non so”, non “voglio rispondere” non sarà apprezzato dal suo supervisore, che lo giudicherà un pessimo intervistatore. Tanto meno sarebbero contenti i committenti della ricerca all'idea di scoprire che gli intervistati non hanno risposte per le loro curiosità.

A questo problema ben noto la letteratura suggerisce il rimedio, sia pure non esente da problemi, di non leggere all'intervistato le risposte, e aspettare una risposta spontanea che poi l'intervistatore stesso, o il codificatore, classificherà. Ma questo va bene nelle ricerche ben articolate, che usano interviste faccia-a-faccia, e prevedono un tempo adeguato per il lavoro sul campo. Non certo per i sondaggi telefonici destinati ai *media*, in cui le mille interviste di prammatica si conducono spesso in una sola giornata. Che sono proprio i sondaggi di cui dobbiamo preoccuparci di più perché destinati ad avere una maggiore influenza sui processi di formazione delle opinioni di un pubblico che non ha ovviamente i

necessari strumenti critici di interpretazione.

4. Il referendum sulla riforma costituzionale

Un discorso a parte merita ovviamente il prossimo referendum confermativo sulla riforma costituzionale. Innanzitutto osservo che l'argomento non sembra suscitare, fino al momento, l'interesse dei sondaggisti^[17]. Sul tema specifico della riforma costituzionale ho trovato 2 sondaggi, uno condotto nel 2004 al momento dell'approvazione in prima lettura, e uno nel 2006 rivolto a 300 responsabili di aziende.

D'altra parte il tema non appassiona, almeno stando ai sondaggi, nemmeno il pubblico. L'Ispo rileva sistematicamente le graduatorie dei problemi più importanti che il governo dovrebbe affrontare, servendosi del suo campione telematico di circa 4000 soggetti. Ebbene, la riforma costituzionale non compare mai tra i primi cinque problemi, ma nemmeno tra i primi 15. Entra il conflitto di interesse, raccogliendo solo il 2% delle risposte, ma mai la riforma costituzionale.

Ovviamente, la presenza di pochi sondaggi significa scarsa attenzione da parte degli attori politici, sociali, e della stampa. Come prevedibile, è uno di quei temi che appaiono al cittadino comune lontani dalla sua esperienza di vita, e che richiedono perciò un forte e compatto impegno da parte delle varie agenzie di formazione del consenso, che dovrebbero mostrarsi capaci di spiegare ai cittadini se e come queste riforme possano incidere sulla qualità della loro vita.

Tra circa un migliaio di sondaggi che, come ho detto, ho compulsato sui vari siti web di diverse agenzie, trovano spazio nel tempo una decina circa di sondaggi (oltre ai due già citati) che si occupano, non a caso, della cosiddetta devolution, e in particolar modo di quella sanitaria, e cioè del trasferimento, già di fatto in gran parte avvenuto, delle competenze in materia alle regioni. In un sondaggio CIRM del 2002 alla domanda "Lei condivide la proposta di devolution che dà potere alle regioni su scuola, sanità e polizia avanzata dal ministro Bossi?" il 60% si dice contrario. Nello stesso anno un sondaggio della SWG che chiede del decentramento alle province mostra un 62% di favorevoli.

Il Censis ha studiato il federalismo sanitario dal 2001 al 2005, registrando un continuo aumento del favore allo spostamento dallo stato alle regioni delle competenze in materia di sanità. Certamente è un tema vicino ai soggetti che probabilmente valutano il fatto che ricevono più o meno le stesse prestazioni. In ogni caso gli intervistati scelgono in maggioranza l'alternativa che prevede anche la perequazione dello Stato per assicurare omogeneità fra le prestazioni offerte dalle diverse regioni.

Nello stesso periodo 5 sondaggi dell'ISPO (sottoposti telematicamente al suo panel) mostrano un aumento dei soggetti contrari alla riforma, con la maggioranza che sottoscrive l'alternativa che attribuisce autonomia alle regioni in materia di scuola, sanità e polizia privata, lasciando allo stato un ruolo di coordinamento e controllo (49%). In pratica chi disapprova l'autonomia delle regioni passa dal 21 all'attuale 30%^[18].

Si consideri che i due gruppi di sondaggi non sono interamente confrontabili perché il Censis parla solo di decentramento sanitario, mentre l'ISPO allarga la questione alla scuola e la polizia. E' vero tuttavia che probabilmente anche in questa seconda forma il tema della sanità fagocita gli altri, della cui applicazione nessuno ha ancora esperienza. Si tratta di una domanda con più oggetti, sotto-determinata perché il ricercatore in realtà non sa a che cosa sta rispondendo l'intervistato. I temi costituiscono un tutt'uno solo nella concettualizzazione del ricercatore ma non necessariamente in quella di tutti gli intervistati.

Nel 2004 l'IPSOS si limita a chiedere a un campione di soggetti se conoscono la riforma costituzionale (il 63% risponde di sì); il 40% si dice molto interessato, e il 27% in parte; fra l'altro, il 35% ne dà un

giudizio positivo, considerandola un processo di modernizzazione della Costituzione.

L'anno dopo, un sondaggio della SWG (2005) chiede: "La devolution proposta da Bossi intende dare competenza esclusiva alle regioni in materia di scuola, sanità e polizia locale. Lei con questo modello di federalismo è in totale accordo o in disaccordo?" Si dice favorevole il 34%. Per inciso vorrei far notare che il riferimento a Bossi può aver caricato emotivamente[19], in questo caso in senso negativo, la domanda; ovviamente può essere solo un caso, ma i due sondaggi che inseriscono il nome di Bossi nella domanda ottengono alte percentuali di disapprovazione della legge.

Nel gennaio 2006, come dicevo, appare l'unico sondaggio in cui si fa riferimento alla riforma e al referendum, con la domanda (tra le altre): "E' già stata avviata la procedura di richiesta del referendum popolare sul testo che riforma la seconda parte della Costituzione (tra i richiedenti diverse regioni tra le quali anche l'Emilia Romagna), in primavera si terrà il referendum confermativo sulla devolution. Lei come pensa di votare?" Dichiarano che confermerà la riforma il 20%; che voterà contro il 40%; non andrà a votare il 30%. Il resto non risponde, non sa.

I destinatari di questo sondaggio sono i responsabili di 300 aziende circa iscritte alla CNA. Si tratta, quindi, di un settore specifico della popolazione, probabilmente ritenuto particolarmente qualificato, e prevedibilmente più informato.

Per il resto, ho trovato solo qualche articolo su stampa vicina alla Casa della Libertà che lamenta il fatto che le persone non sono informate (9 italiani su 10). D'altra parte anche i sostenitori del referendum deprecano il silenzio dei media e la disinformazione dei cittadini.

Certamente nel rapporto tra *referenda* e sondaggi un elemento appare chiaro: se anche i risultati dei sondaggi non danno indicazioni nette, il loro numero certamente è un chiaro indicatore dell'attenzione che al tema dedicano settori qualificati dell'opinione pubblica, quelli che hanno le risorse culturali ed economiche per commissionare sondaggi: in questo caso netto un segnale di scarsa attenzione.

5. Ma possiamo fidarci dei sondaggi? Il problema della rappresentatività

Quando leggiamo i risultati di un sondaggio tendiamo istintivamente ad estenderli all'intera popolazione, senza considerare che così diamo per scontata la rappresentatività, non accertabile empiricamente[20], dei campioni. A questo limite invalicabile, si aggiunge l'alta incidenza di errori e manipolazioni nella scelta dei punti di campionamento e infine degli intervistandi.

Senza entrare in dettagli tecnici, voglio ricordare, a titolo esemplificativo, la ricostruzione che Marradi ha fatto della vicenda dei sondaggi condotti prima del referendum sul divorzio (1974). Nello stesso lasso di tempo, agenzie vicine alla Dc mostravano maggioranze contrarie al divorzio e quelle vicine al PSI mostravano ampie maggioranze favorevoli, con scarti del 28-30%. All'avvicinarsi della data del referendum si riavvicinarono anche i pronostici. Marradi avanza l'ipotesi molto plausibile che le agenzie abbiano agito sui punti di campionamento, privilegiando le prime (quelle vicine alla DC) i centri rurali, e le seconde (vicine al PSI) le città dove sapevano di trovare un elettorato più laico e/o secolarizzato.

E' vero che oggi molte agenzie pubblicano i punti di campionamento, ma non dicono quante interviste fanno nei diversi centri. Ovviamente i problemi di campionamento riguardano tutti i sondaggi, ma costituiscono un problema soprattutto per quelli pre-elettorali che hanno qualche pretesa di fornire previsioni, e che subiscono il confronto con i dati finali delle elezioni.

Al momento, la fonte più evidente di distorsioni è il *response rate*, cioè la percentuale di persone che si riesce a raggiungere sul totale delle persone campionate. Se si consultano le note informative che fortunatamente ora accompagnano i sondaggi si può vedere che in genere solo una persona su 4/5 è

rintracciata e/o accetta di rispondere alle domande, con percentuali del 40% di persone che non vengono trovate a casa. Solo per citare un caso, in un sondaggio 2660 persone non rispondono, 4100 rifiutano di collaborare, e alla fine si riesce a intervistare i fatidici mille e più soggetti.

Naturalmente il problema non nasce dal numero di persone che rispondono alle domande, ma dalle caratteristiche di partecipa e di chi rifiuta o non viene raggiunto. E' infatti opinione diffusa in letteratura (vedi fra i tanti Curtin, Presser e Singer 2000) che margini così ampi di cadute viziano irrimediabilmente la casualità del campione, requisito costitutivo, secondo la statistica classica, per operare inferenze dal campione alla popolazione. In termini più generali, percentuali così alte di cadute introducono surrettiziamente una sorta di autoselezione, che è principio esattamente opposto a quello del campionamento, in cui è il ricercatore che sceglie (meglio se affidandosi al caso) le persone da studiare. In questo modo si ha motivo di pensare che chi risponde ha stili di vita, nel senso più ampio dell'espressione, molto diversi da quelli delle persone che non vengono raggiunti o non si lasciano intervistare.

Ai sondaggi finiscono per partecipare i cittadini più attenti, con un livello di interesse politico e sociale più alto, capaci di verbalizzare i loro stati interiori; che hanno maggiori capacità di adattarsi al ruolo, scegliendo quindi una risposta anche quando non sanno, non capiscono. Nel caso dei referenda, come abbiamo detto, questi effetti tendono a sovrastimare la partecipazione.

A questa tendenza si contrappone tuttavia la maggiore probabilità di intervistare persone che stanno di più a casa, e che quindi si rintracciano più facilmente: le casalinghe, i pensionati, chi non lavora, o comunque non lo fa negli orari in cui è accettabile fare una telefonata a casa delle persone. E' invece difficile trovare le persone molto impegnate, che stando poco a casa non rispondono al telefono.

E' vero che i sondaggisti hanno accumulato un'esperienza che li mette in grado, talvolta, di correggere i dati per ripristinare la rappresentatività delle categorie più difficili da rintracciare. Ma moltiplicare per un determinato coefficiente le risposte dei pochi maschi giovani raggiunti (che fanno tardi la sera), o degli altrettanto sporadici imprenditori, lavoratori notturni, assicura la rappresentatività sulle variabili che ci interessano? Sono gli statistici che ci ricordano che la rappresentatività si trasferisce solo sulle variabili strettamente collegate tra di loro . Se la decisione di voto fosse fortemente influenzata dalla professione, dall'età, dal sesso, potrebbe essere sufficiente garantire la rappresentatività su queste variabili per rappresentare indirettamente la distribuzione delle preferenze elettorali. Ma sappiamo bene che il legame tra voto e categorie sociali non è più così stretto^[21] .

In ogni caso, i correttivi statistici svelano in pieno, brutalmente direi, l'ontologia atomista alla base del principio stesso del campionamento: stiamo trattando gli individui come atomi ritenendo che tutti gli avvocati che mancano nel nostro campione voteranno come quello che abbiamo intervistato, etc. Non sempre i fatti danno ragione a queste procedure, come le diverse *débacles* in cui periodicamente incorrono i sondaggi pre-elettorali mostrano. Ma per fortuna delle agenzie di sondaggi, lettori e committenti abbiamo tutti una memoria piuttosto corta.

5.1 La tecnica di raccolta

A tutte le difficoltà menzionate si deve aggiungere un elemento che gioca un ruolo indipendente, ed è l'ormai totale ricorso al telefono come strumento di raccolta delle informazioni.

Domande che prevedono alternative di risposta lunghe, complesse, con differenze reciproche sottili, che richiedono un'attenta valutazione, non dovrebbero mai essere sottoposte al telefono, strumento veloce e semplificatore per eccellenza. Al telefono dovrebbero essere somministrate domande brevi, dalle alternative di risposta ancora più brevi e, principalmente, semplici da memorizzare. Alcuni ricercatori sostengono che persino le scale di Likert ^[22] siano difficili da ritenere in memoria.

L'ideale è costituito dalle risposte dicotomiche, sì/no, vero/ falso; giusto/ sbagliato (che tuttavia mal si prestano alla complessità di temi che si vogliono affrontare). Vanno bene anche le scale numeriche: che voto assegna a Prodi, Berlusconi, al presidente della Repubblica, alla Chiesa, etc..

Ma questi avvertimenti vengono trascurati sotto la pressione di offrire al pubblico notizie che colpiscano l'attenzione. Nell'ultimo sondaggio pubblicato sul quotidiano La Repubblica prima delle elezioni (domenica 26 marzo 2006), l'effetto distorcente della forma delle domande si nota in pieno e spiega, a mio parere, alcune apparenti incongruenze. In una domanda si sottopongono 9 oggetti cognitivi (Islam, sindacato, chiesa cattolica, euro, devolution, flessibilità del lavoro, Confindustria, Europa) chiedendo "Quale sentimento suscitano in lei le seguenti parole?" Le alternative di risposta sono: positivo/negativo/ nessuno. Questi oggetti discriminano secondo attese ragionevoli gli elettori di destra da quelli di sinistra, essendo le domande brevi, con alternative facili da ritenere in memoria. Ma alla domanda: "Secondo lei, la maggioranza di centro-destra e l'opposizione di centro-sinistra

® dovrebbero cercare una maggiore intesa su tutte le materie, su tutti i problemi

® dovrebbero cercare una maggiore intesa, ma solo su problemi di grande importanza per il paese (la guerra, le riforme costituzionali)

® dovrebbero difendere ognuno i propri valori e i propri programmi, perché le differenze sono troppo profonde",

non c'è motivo di stupirsi e trovare "paradossale" se il 53,4% e il 25,9 scelgono le prime due alternative. Mi stupisco piuttosto di quel coraggioso 14,5% che indica la terza alternativa. Alcuni fattori depongono a favore delle prime due scelte:

1. l'elenco è squilibrato, prevedendo due alternative che citano l'intesa e una sola che la esclude.

2. Per di più le prime due si differenziano poco rispetto alla terza.

Nel complesso, la lunghezza e la complessità delle alternative di risposta è in contrasto con qualsiasi osservazione di buon senso. L'intervistato potrebbe capirle, ritenerle e valutarne le differenze solo se avesse un cartoncino da cui leggerle e tutto il tempo per rispondervi, come si ha in un'intervista faccia-a-faccia.

3. Infine, ma non per questo aspetto meno importante (come sa chi ha esperienza di ricerca), le prime due alternative contengono il termine 'intesa', caricato positivamente, che evoca posizioni concilianti, meno oppostive, che in genere attraggono gli intervistati.

Alla luce di queste considerazioni, mi pare poco probabile che gli intervistati stiano invocando soluzioni consociative, neocentrismi che piacciono tanto ai politici e ai giornalisti.

6. Conclusioni

Facciamo domande perché è l'unico modo che conosciamo, legittimato, per accedere agli stati non osservabili dei soggetti. La sua stessa naturalezza tende a oscurarne i problemi e la complessità. Ci dimentichiamo peraltro che più ci allontaniamo dalle forme della conversazione, dove queste complessità tendono a risolversi, più numerosi sono gli ostacoli che si frappongono al nostro obiettivo di ottenere dati fedeli sull'intervistato.

Ciò significa che sondaggi e *referenda* hanno senso se toccano temi su cui i soggetti hanno qualcosa da dire: tassativo per i sondaggi, attenuato dal possibile intervento di mediazione di attori sociali e politici per i *referenda*.

In ogni caso, è necessaria massima attenzione alla formulazione delle domande; le domande devono essere semplici, comprensibili, tali da evitare effetti di curvilinearità[23], che si possono dispiegare più facilmente proprio in occasione dei *referenda* che costringono a scelte dicotomiche: si voleva abrogare la legge sull'aborto perché contrari all'aborto o perché contrari a una legge ritenuta troppo restrittiva; non si voleva confermare la riforma del titolo V della Costituzione perché troppo poco federale o perché totalmente contrari al federalismo. Più in generale, uscendo dall'esempio referendum, si può essere contrari all'insegnamento del Corano nelle scuole pubbliche perché laici o perché cattolici (integralisti?).

In ogni caso molti dei sondaggi diffusi sui media soffrono di una inevitabile povertà del disegno della ricerca, potendo sottoporre poche domande semplici al massimo, con minima articolazione dei problemi. In questa forma hanno senso, ma non troppo, solo le domande sulle intenzioni di voto (non considerando i problemi di campionamento e le reazioni degli intervistati[24]).

Per esempio, non basta chiedere se si è favorevoli a un programma di assistenza ai poveri: negli Stati Uniti degli anni ottanta, tutti erano d'accordo. Ma Reagan intuì la multidimensionalità e l'ambivalenza dell'atteggiamento, chiamando in causa il problema del costo (che si tramuta in tasse) e il concetto di merito (Crespi 1988).

Ciò significa che una buona ricerca deve complicare, allargare la mappa dei concetti da investigare per capire atteggiamenti e opinioni. Come osservava Guttman nel 1950, ci sono mille modi di studiare un problema, un numero infinito di possibili (e utili) domande; ogni domanda illustra un aspetto diverso, una sola domanda non potrà mai coprire un determinato argomento. Ne consegue che affidare la rilevazione di concetti complessi a una sola domanda rende insignificanti i risultati (dei sondaggi) e pericoloso l'uso che se ne fa (anche Crespi 1989).

Infine, piuttosto che affidarsi alla falsa precisione dello *standard error*, da cui deriva la famosa "forchetta", che dice in realtà ben poco e serve solo a impressionare gli inesperti (Man e Orren 1992), sarebbe meglio

- 1) condurre un numero inferiore di sondaggi, ma di alta qualità: campioni più grandi, con tentativi ripetuti di rintracciare le persone incluse nel campione;
- 2) prevedere un maggior numero domande su un numero limitato di argomenti; includere domande filtro per evitare di porre domande a chi non ha opinioni sul tema;
- 3) spendere più tempo nelle analisi.

Ma ancora più utile è valutare congiuntamente i risultati di diversi sondaggi, e affiancare alle ricerche

per sondaggio altre tecniche, come l'osservazione, l'analisi di serie storiche, di dati aggregati, di interviste in profondità, etc.

- C. ALEXANDER, e H. BECKER, (1978) *The Use of Vignettes in Survey Research*, in *Public Opinion Quarterly* XLII,1: 93-104
- R. CURTIN, S. PRESSER, E. SINGER (2000) *The Effects of Response Rate Changes on the Index of Consumer Sentiment*, in *Public Opinion Quarterly*, LXIV: 413-28
- R. BENDIX, Reinhard (1976) *The Mandate to Rule: an Introduction*, in *Social Forces*, LV: 2
- H. BLUMER (1948) *Public Opinion and Public Opinion Polling*, in *American Sociological Review* XIII: 242-49
- P. BOURDIEU (1976) *L'opinione pubblica non esiste*, in *Problemi dell'informazione*, I
- P. BOURDIEU, (1990) *Public Opinion Polls: a Science without a Scientist*, in *Other Words*, Cambridge, Polity
- J. BREHM,(1993) *The Phantom Respondents; Opinion Surveys and Political Representation*. Ann Arbor: University Press
- P. CATELLANI e P. CORBETTA (2006) *Sinistra destra*. Bologna: Il Mulino
- D. T. CAMPBELL et al. (1967), *Direction of Wording Effects in the Relationship between Scales*, in *Psychological Bulletin* LXVIII: 292-303
- A. H. CANTRIL (1944) *Gauging Public Opinion*. Princeton University Press
- I. CRESPI (1988) *Pre-Election Polling: Sources of Accuracy and Error*. New York: Sage
- I. CRESPI (1989) *Public Opinion, Polls, and Democracy*. Boulder: West-view Press
- G. Fazzi (2006) *Così vicini così lontani. Le immagini di scienza di un campione di ricercatori CNR*. Dottorato di metodologia delle scienze sociali. Ciclo XVIII
- G. GALLUP e S. RAE (1940) *The Pulse of Democracy: The Public Opinion Poll and How It Works*. New York: Greenwood Press
- J. GALTUNG (1967) *Theory and Methods of Social Research*. New York: Columbia University Press
- C. GEERTZ (1988) *Antropologia interpretativa*. Bologna: Il Mulino.
- Z. GOSTKOWSKI (1974) *Toward Empirical Humanization of Mass Surveys*, in *Quality and Quantity* VIII, 1: 11-26
- L. A. GUTTMAN (1950) *The Problem of Attitude and Opinion Measurement*, pp. 46-59 in Samuel Stouffer (ed.), *Measurement and Prediction*, Vol. II. Princeton: University Press.
- G. GUIDOROSSO (1984) *Gli italiani e la politica. Valori, opinioni, atteggiamenti dal dopoguerra a oggi*. Milano: Angeli
- P. LEGRENZI (1994) *Sondaggi sulle intenzioni di voto e sulle opinioni degli elettori. Il punto di vista dello psicologo*, in *Problemi dell'informazione* XIX, 4: 423-36

- D. R. KINDER, D. O. SEARS (1985) *Public Opinion and Political Action*, pp. 659-742 in G. LINDZEY & E. ARONSON, *Handbook of Social Psychology*, vol. 2 Hillsdale: Erlbaum
- T. MANN, e G. R. ORREN (1992) *To Poll or not To Poll... and Other Questions*, pp. 1-18 in T. MANN e G. R. ORREN (curr.), *Media Polls in American Politics*, Washington: Brookings
- A. MARRADI (1974) *Analisi del referendum sul divorzio*, in *Rivista Italiana di Scienza Politica* IV, 3: 589-644.
- A. MARRADI (1974) *Analisi del referendum sul divorzio*, in *Rivista Italiana di Scienza Politica* IV, 3: 589-644
- A. MARRADI (1984) *Concetti e metodo per la ricerca sociale*. Firenze: La Giuntina
- A. MARRADI (1997) *Casuale e rappresentativo: ma cosa vuol dire?*, 23-87 in P. Ceri (cur.), *Politica e sondaggi*, Torino: Rosenberg & Sellier.
- A. MARRADI, (2005) *Raccontar storie*. Roma: Carocci
- C. MARLETTI (1989) *Agorà elettronica o democrazia campionaria? Alcune considerazioni su Ian Budge*, in *Teoria Politica* V, 1:85-91
- J. MUELLER (1993), *American Public Opinion and the Gulf War: Some Polling Issues*, in *Public Opinion Quarterly* LVII: 1 80-91
- R. PAVSIC e M. C. PITRONE (2003) *Come conoscere opinioni e atteggiamenti*. Catania: Bonanno
- M. C. PITRONE (1995) *La formulazione delle domande: alcuni problemi metodologici* in *Sociologia e Ricerca Sociale* XVI: 45-76.
- E. NOELLE- NEUMANN (1991) *The Theory of Public Opinion: The Concept of the Spiral of Silence*, pp. 256-87 in J. A. ANDERSON, *Communication Yearbook* 14, Newbury Park: Sage
- D. PALETZ, e R. ENTMAN (1982) *Media. Power. Politics*. London: Free Press
- R. PAWSON, (1995), *Quality and Quantity, Agency and Structure, Mechanism and Context, Dons and Cons*, in *Bulletin de Méthodologie Sociologique*, XLVII: 5-48
- S. RODOTÀ (1998), *Privacy e Internet a favore della democrazia*, a cura di Mediamente - Rai Educational
- S. RODOTÀ (1998) *“Intervista a Rodotà”* La Repubblica.it, 28 dicembre
- L. RUDOLPH e S. RUDOLPH (1959) *Surveys in India: Field Experience in Madras State*, in *Public Opinion Quarterly* XXII, 3: 235-44.
- G. SARTORI (1997) *Homo videns. Televisione e post-pensiero*. Bari: Laterza

[1] Su La Repubblica del 18 novembre 2005 si leggeva: “Solo 6 iracheni su cento sostengono

l'occupazione"; "è allarmante la progressione con cui aumentano quelli che si oppongono con forza alla coalizione (+ 2% al mese anche a Nassirya)". In pratica si mostra di ignorare del tutto il problema della diversa percezione del ruolo di intervistato,, che richiede abitudine a contatti spersonalizzati, con anonimi rappresentanti di istituti di ricerca (Gostkowski 1974) cui si può dare una risposta sincera, e non semplicemente compiacente, come in alcune culture si è abituati a fare con gli estranei, come è stato ampiamente segnalato da vari antropologi. In particolare, tra questi Geertz (1988) ricorda l'abitudine dei tunisini a non contraddire l'intervistatore-interlocutore. Rudolph e Rudolph ricordano gli insuccessi dei tentativi di intervistare donne in culture molto chiuse in cui alle donne è negato qualsiasi ruolo pubblico (1959).

[2] In Italia la Guidorossi segnala quanto sia scorretto dare per scontato, come fanno i sondaggi, che tutto l'elettorato italiano sia attento, curioso, informato, "in sintonia con le nuances del discorso politico generale e che abbia gli stessi quadri di riferimento dei personaggi politici... Buona parte dei 45 milioni di elettori italiani non seguono la politica, e non ne colgono le sfumature" (1984).

[3] A tal proposito lo psicologo cognitivo Paolo Legrenzi fa una distinzione tra preferenze, volatili e superficiali, soggetti a spostamenti da un sondaggio all'altro, e le meta-preferenze, atteggiamenti e opinioni radicate che caratterizzano la struttura di personalità e cognitiva di un soggetto. Ma come spesso ricordo agli studenti, purtroppo, cosa rientra nella prima o nella seconda categoria non può essere stabilito in assoluto, ma varia da soggetto a soggetto, sulla base della sua struttura di valori, che detta le priorità (1994).

[4] Si vedano ad esempio le ricerche che l'istituto IARD conduce sistematicamente da decenni.

[5] Si tratta di un programma di ricerche condotte periodicamente su un panel di circa 4500 intervistati contattati telematicamente. La partecipazione periodo può variare nelle varie ondate di interviste somministrate nel tempo.

[6] In Italia potremmo dire le riforme elettorali, la il federalismo, la riforma del sistema giudiziario, etc.

[7] In una ricerca da me coordinata ho avuto ampiamente modo di appurare che gli intervistati interpretano in maniera variegata, e imprevedibile, anche termini di uso comune come 'laico' e 'part-time' (vedi oltre sez. 2.1).

[8] Ricerca condotta dalla Doxa a fine anno 2005 e rintracciabile al sito www.doxa.it/italiano/home.asp

[9] Non dedicherò attenzione ai sondaggi puramente pre-elettorali, che non soffrono di questo problema: la domanda sulle intenzioni di voto si può ragionevolmente considerare comprensibile, anche se ovviamente i soggetti possono non avere una risposta perché indecisi; si può ragionevolmente ritenere che ci sia una buona comunanza di significati. I problemi attengono piuttosto alle procedure di campionamento, e alla capacità dei campioni di rappresentare la popolazione dei votanti, alle reazioni degli intervistati e quindi alla loro volontà di essere sinceri

[10] Si tratta di una ricerca dell'ISPO del 2002 (www.sondaggipoliticoelettorali.it).

[11] CIRM, rispondenti, di cui il 36% dice di sì, il 12% no, e il 40% non sa (www.sondaggipoliticoelettorali.it)

[12] Ricerca del CIRM (www.sondaggipoliticoelettorali.it)

[13] Rispondono 309 intervistati, di cui il 54% sono contrari e solo un coraggioso 22% dice di non sapere.

[14] Dei 1008 soggetti contattati rispondono in 409 (sul problema della partecipazione all'intervista vedi oltre sez. 5) (www.sondaggipoliticoelettorali.it).

[15] Non si tratta di un'impressione, ma di dichiarazioni che diversi ricercatori del CNR hanno reso a una dottoranda che per la sua tesi di dottorato ha intervistato più di 100 ricercatori di questo istituto, per ricostruirne l'immagine di scienza (Fazzi 2006).

[16] Si tratta di una tecnica approntata negli anni settanta in Polonia, al centro di Lodz, sotto la spinta dello stesso partito comunista -- consapevole del rischio di ottenere risposte insincere a questionari strutturati, somministrati da un intervistatore che appariva un emissario del potere. Varie testimonianze di ricercatori confermano che i polacchi tendevano a manifestare opinioni compiacenti non solo verso il partito comunista ma anche verso le autorità ecclesiastiche (Marradi 1984). Si somministravano quindi interviste in profondità a soggetti che avevano già risposto a questionari strutturati. Con questi colloqui che lasciavano spazio alla libera espressione dei soggetti, si cercava di instaurare un rapporto di confidenza e fiducia tra intervistato e intervistatore, tale da favorire la libera espressione delle opinioni più riservate.

[17] Ho trovato un numero maggiore i sondaggi sul referendum a proposito dell'estensione dell'articolo 18 alle imprese con meno di 15 addetti.

[18] Si noti che nelle domande sottoposte manca del tutto l'alternativa che preveda una totale autonomia delle regioni senza perequazione da parte dello stato.

[19] Sui problemi di formulazione della domanda vedi Pitrone (1995).

[20] Vedi a tal proposito Marradi (1997).

[21] Nel corso di una ricerca condotta da un gruppo di tesisti, abbiamo ascoltato spesso dai giovani iscritti ai DS e AN osservazioni sui cambiamenti delle rispettive basi elettorali. I giovani Ds ricordano che nelle ultime tornate elettorali hanno raccolto più voti nei quartieri borghesi di Roma che nelle periferie. Vedi anche le ultime ricerche dell'Itanes (Catellani e Corbetta 2006).

[22] Le sue alternative di risposta sono: del tutto favorevole/ abbastanza favorevole/ incerto, indifferente/ abbastanza sfavorevole/ del tutto sfavorevole

[23] E' la distorsione per cui due persone possono scegliere la stessa risposta per motivi diametralmente opposti. Quando si rileva un atteggiamento la distorsione fa sì che persone situate sui poli opposti del *continuum* di favore/ sfavore ottengono lo stesso punteggio, di modo che uno dei due vede completamente invertita la sua posizione. Per un approfondimento vedi Pavsic e Pitrone (2003).

[24] In realtà è proprio alla povertà dei disegni di ricerca che si deve la scarsa capacità dei sondaggisti di interpretare le dichiarazioni di indecisione. Ricerche ampie che rilevino numerose e rilevanti proprietà potrebbero dare informazioni certamente più utili ai committenti.